

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Економіко-гуманітарний інститут
Факультет економіки та управління
(повне найменування інституту, факультету)

Кафедра менеджменту
(повне найменування кафедри)

Пояснювальна записка

до дипломного проекту (роботи)

магістр

(ступінь вищої освіти)

на тему Управління іміджем державного органу влади

Виконав: студент II курсу, групи ФЕУз-319м

Спеціальності 281 Публічне управління та адміністрування

(код і найменування спеціальності)

Освітня програма (спеціалізація)

Регіональне управління

Мишаківа В.О.

(прізвище та ініціали)

Керівник Тесленок І.М.

(прізвище та ініціали)

Рецензент Ратієв Д.С.

(прізвище та ініціали)

Запоріжжя

2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

(повне найменування закладу вищої освіти)

Інститут, факультет ЕГІ, ФЕУ

Кафедра менеджменту

Ступінь вищої освіти магістр

Спеціальність 281 Публічне управління

Освітня програма (спеціалізація) Регіональне управління

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри Я

д.е.н., проф. Пуліхтєв
«18» 12 2020 року

ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ (РОБОТУ) СТУДЕНТА (КИ)

Мишаковій Владлені Олександрівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи) Управління іміджем державного органу влади

керівник проекту (роботи) Тесленок Ірина Миколаївна, д.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від «23» жовтня 2020 року № 266

2. Строк подання студентом проекту (роботи) 23.11.2020 року




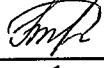

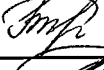



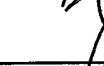
3. Вихідні дані до проекту (роботи) літературні джерела, дані ресурсів мережі Інтернет, звітно-статистичні дані Державної податкової служби України, нормативно-законодавчі акти України, фундаментальні роботи вітчизняних та зарубіжних вчених, матеріали наукових періодичних видань та науково-практичних конференцій

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1. Розглянуто теоретичні аспекти управління іміджем в державних органах влади. 2. Проведено аналіз іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління Державної податкової служби у Запорізькій області. 3. Розроблено удосконалення управління іміджем олександрівського управління у місті запоріжжі головного управління державної податкової служби у запорізькій області

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

10 рис. 17 табл.

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Прийняв виконане завдання
1	Тесленок І. М., доцент кафедри «Менеджмент»	 11.09.20	 25.09.20
2	Тесленок І. М., доцент кафедри «Менеджмент»	 26.09.20	 21.10.20
3	Тесленок І. М., доцент кафедри «Менеджмент»	 22.10.20	 31.10.20
4	Журавель С.М., ст. викладач кафедри ОПІНС	 01.11.20	 05.11.20
Нормоконтроль	Панкова А. Ю., доцент кафедри «Менеджмент»	 09.11.20	 15.11.20

7. Дата видачі завдання «13» березня 2020 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1	Організаційне зібрання щодо термінів подання магістерської роботи та методики її виконання	02.03.2020	
2	Вибір теми	13.03.2020	
3	Затвердження переліку магістерських робіт на кафедрі	13.03.2020	
4	Огляд та опрацювання наукової та спеціальної літератури з теми	постійно	
5	Наказ Ректора НУ «Запорізька політехніка» про затвердження тем магістерських робіт	23.10.2020	
6	Видача завдання до магістерської роботи	13.03.2020	
7	Розробка робочого плану магістерської роботи за узгодженням з науковим керівником	23.03.2020	
8	Написання 1 розділу та представлення його на кафедру в друкованому вигляді	29.05.2020	
9	Написання 2 розділу та представлення його на кафедру в друкованому вигляді	18.09.2020	
10	Написання 3 та 4 розділів та представлення їх на кафедру в друкованому вигляді та чорнового варіанту роботи в цілому	19.10.2020	
11	Нормоконтроль	26.10.2020	
12	Попередній захист магістерської роботи	02.11.2020	
13	Подання роботи на кафедру в остаточному чистовому оформленні	23.11.2020	
14	Захист магістерської роботи перед ЕК	2.12.2020	

Студент(ка)

Керівник проекту (роботи)

 Мишакова В.О.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

 Тесленок І.М.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Магістерська робота: «Управління іміджем державного органу влади»: 143 с., 10 рис., 17 табл., 80 джерел, додатки 4.

Об'єктом дослідження є процес управління іміджем Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області.

Предметом дослідження є методи та підходи до управління іміджем державного органу влади на прикладі Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області.

Мета роботи – визначення напрямів удосконалення управління іміджем Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління Державної податкової служби у Запорізькій області як державного органу влади регіонального рівня.

Методи дослідження: абстрактно-логічний, статистико-економічний, експертних оцінок.

Результати і їх новизна. Проведено дослідження, результатом якого стало обґрунтування напрямків удосконалення управління іміджем Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області.

Основні положення роботи: розглянуто теоретичні основи управління та формування іміджу державного органу влади; проведено аналіз та оцінку існуючого іміджу Олександрівського управління; запропоновано напрямки удосконалення управління іміджем територіального органу Головного управління ДПС у Запорізькій області.

Значущість роботи і висновки. Визначені напрямки удосконалення управління іміджем дозволять організації підвищити рівень довіри населення, що сприятиме виконанню поставлених державою задач.

Ключові слова: ІМІДЖ, ЗОВНІШНІЙ ІМІДЖ, ВНУТРІШНІЙ ІМІДЖ, ДЕРЖАВНИЙ ОРГАН ВЛАДИ, УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ, ПРОФЕСІЙНА ПОВЕДІНКА, МЕТОД ЕКСПЕРТНИХ ОЦІНОК.

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ ДО МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ	2
РЕФЕРАТ	4
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ В ДЕРЖАВНИХ ОРГАНАХ ВЛАДИ	
1.1 Сутність і значення іміджу державного органу влади	11
1.2 Методи та підходи до оцінки іміджу державного органу влади	19
1.3 Професійна поведінка державного службовця як складова іміджу державного органу влади	30
Висновки до розділу 1	39
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО ОРГАНУ ВЛАДИ	
2.1 Аналіз діяльності державного органу влади	41
2.2 Оцінка складових зовнішнього та внутрішнього іміджу державного органу влади	52
2.3 Аналіз впливу професійної поведінки ревізорів як державних службовців на формування державного органу влади	64
Висновки до розділу 2	73
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ДЕРЖАВНОГО ОРГАНУ ВЛАДИ	
3.1 Розробка шляхів покращення зовнішнього іміджу державного органу влади.	75
3.2 Обґрунтування напрямків удосконалення внутрішнього іміджу державного органу влади	84
3.3 Рекомендації щодо створення професійного іміджу ревізора як державного службовця	90
Висновки до розділу 3	99
РОЗДІЛ 4 ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ	100

СИТУАЦІЯХ

Висновки до розділу 4

118

ВИСНОВКИ

119

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

122

ДОДАТКИ

131

ВСТУП

Актуальність теми. Управління іміджем державного органу влади є невід'ємною складовою успішного позиціювання державної структури в очах громадян України. Своєчасна оцінка, розробка та реалізація шляхів удосконалення, а також подальше ефективне управління власним іміджем в умовах демократизації суспільства та посиленого захисту прав населення перед владними органами.

Удосконалення системи управління іміджем публічної установи дозволяє вирішити такі проблеми, як зниження авторитету та довіри серед населення, недостатнє задоволення споживачів послугами організації, поява негативної оцінки серед ЗМІ та в подальшому невиконання поставлених задач поставленій державою. Основними елементами розвитку управління іміджем є вдосконалення його напрямів, увага до складових зовнішнього та внутрішнього іміджу організації. Дані обставини вимагають впровадження змін та інновацій. Тому для підвищення ефективності діяльності державного органу влади необхідно в першу чергу вдосконалювати систему управління іміджем. Адже саме від сформованого іміджу залежать рівень довіри населення, який опирається на показники ефективності, прозорості та неупередженості роботи владної структури відповідно до поставлених державою задач.

Різноманітні аспекти управління іміджем висвітлюються у працях, присвячених питанням державного управління, формування іміджу, оцінці іміджу, тощо. Суттєвий внесок у дослідження проблеми управління іміджем зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Т. Барт, Д. Веттен, С. Горин, І. Колосовська, І. Пантелейчук, І. Почепцов, М. Сагайдак, С. Серьогін, Ф. Шарко та інші.

У результаті науково-практичних досліджень накопичено теоретичні здобутки та практичний досвід, що відображають соціально-економічні

аспекти управління іміджем державного органу влади, але разом з тим недостатньо розглянуті аспекти застосування інструментів, методів та підходів до управління іміджем з огляду рівня впливу професійної поведінки державного службовця на формування загального образу владної структури в підсвідомості громадян та інструменти покращення професійної поведінки.

Недостатня розробленість означених проблем, а також їх теоретичне та практичне значення зумовили вибір теми магістерської роботи, її актуальність, мету, завдання, а також логіку викладення матеріалу дослідження.

Імідж для державного органу влади, безсумнівно, – інструмент досягнення стратегічних цілей відповідно до місії. Для управління іміджем необхідно спочатку сформулювати засади, на яких він повинен будуватись, що вимагає цілеспрямованого систематичного аналізу діяльності організації, а також визначити складові іміджу, на які можна впливати для досягнення поставлених цілей. Розв'язання цієї проблеми дозволить підвищити ефективність управління, забезпечить відповідність іміджевої політики зовнішнім і внутрішнім умовам економіки України в період все більшої демократизації зв'язку «держава – громадянин».

Ефективність управління іміджем організації залежить від багатьох факторів, у тому числі від концепції та методів, на основі яких відбувається весь процес іміджбілдінгу. Відсутність єдиного погляду на ці питання ставить під загрозу правильність вибору фахівцями вищих ланок конкретних управлінських дій щодо формування та посилення іміджу. Тому постає необхідність впровадження адекватної системи управління іміджем державного органу влади відповідно до цілей, які переслідує організація, з урахуванням реального стану іміджу.

Мета і завдання магістерської роботи. Метою магістерської роботи є визначення напрямків удосконалення управління іміджем Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління Державної податкової

служби у Запорізькій області як державного органу влади регіонального рівня. Поставлена мета обумовлена необхідністю вирішення наступних

завдань:

- розглянути сутність і значення іміджу державного органу влади;
- вивчити методи та підходи до оцінки іміджу державного органу влади;
- визначити роль професійної поведінки державного службовця як складової іміджу державного органу влади;
- провести аналіз діяльності державного органу влади;
- оцінити складові зовнішнього та внутрішнього іміджу державного органу влади;
- проаналізувати вплив професійної поведінки ревізорів як державних службовців на формування іміджу державного органу влади;
- розробити шляхи покращення зовнішнього іміджу державного органу влади;
- обґрунтувати напрямки удосконалення внутрішнього іміджу державного органу влади;
- надати рекомендації щодо створення професійного іміджу ревізора як державного службовця.

Об'єкт дослідження: процес управління іміджем Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області.

Предмет дослідження: методи та підходи до управління іміджем Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області.

Методи дослідження. У процесі дослідження використані такі методи проведення економічних досліджень: абстрактно-логічний (для проведення теоретичних узагальнень і формулювання висновків), статистико-економічний (для аналізу існуючого іміджу Олександрівського управління у

місті Запоріжжі), експертних оцінок (для аналізу складових внутрішнього та зовнішнього іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі).

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти України, фундаментальні роботи вітчизняних та зарубіжних вчених, матеріали наукових періодичних видань та науково-практичних конференцій, дані ресурсів мережі Інтернет, звітно-статистичні дані Державної податкової служби України.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в розробці напрямків удосконалення управління іміджем та шляхів їх впровадження в Олександрівському управлінні у місті Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області, а саме:

- запропоновано шляхи удосконалення внутрішнього іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі;
- запропоновано шляхи удосконалення зовнішнього іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі;
- розроблено рекомендації щодо створення професійного іміджу співробітників Олександрівського управління у місті Запоріжжі.

Апробація результатів магістерської роботи. За результатами проведеного дослідження опубліковано 3 наукові праці (стаття у фаховому виданні, тези доповідей). У фаховому виданні опубліковано статтю: «Зв'язки з громадкістю як основний інструмент формування іміджу Державної податкової служби». У збірниках тез доповідей опубліковано тези: «Професійна етика державного службовця як фактор іміджу державного органу» та «Роль професійної поведінки державного службовця при формуванні зовнішнього іміджу владної структури регіонального рівня».

Структура і обсяг роботи. Магістерська робота містить вступ, чотири розділи, висновки, список використаних джерел, додатки. Повний обсяг роботи – 143 сторінки, включаючи 17 таблиць, 10 рисунків. Список використаних джерел (80) – 9 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ В ДЕРЖАВНИХ ОРГАНАХ ВЛАДИ

1.1 Сутність і значення іміджу державного органу влади

Створення нового «обличчя» інституту влади є важливим етапом розвитку України, особливо в час здійснення реформ державної служби, тобто позитивного іміджу владних структур. Реформа державного управління є пріоритетною реформою для України та важливою передумовою успішного втілення Угоди про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом [76]. Імідж Нової державної служби покликаний бути показником рівня довіри громадян, а також служити критерієм оцінки суспільством ефективності та результативності системи державного управління. Він фіксує ступінь відповідності очікувань населення країни та дій державного органу влади. Позитивний імідж державної служби і державних службовців є необхідною умовою ефективного функціонування й розвитку даного соціального інституту.

Термін імідж (англ. image – образ, пов'язаний з латинським словом *imitari* – імітувати) означає процес віддзеркалення в психіці людини загального образу чи окремої характеристики об'єкта [25, с. 113].

В своїх наукових працях А. Рацул [65, с. 44] зазначає, що іміджелогія є практичною комплексною дисципліною, яка для виконання поставлених перед нею задач використовує такі науки як психології, педагогіки, культурології тощо. Іміджелогічний напрям вивчення і розвитку іміджу спричинив виникнення іміджмейкінгу – діяльності із формування свого

позитивного іміджу та позитивного іміджу об'єкта, що належить до сфери професійної діяльності.

Початок виникнення теорії іміджу датується 50-ми роках ХХ століття в рекламній діяльності. Її поява була зумовлена необхідністю протидії рекламній діяльності конкурентів. Згодом в 60-х роках «імідж» починає використовуватись в сфері підприємництва як основний метод психологічної дії на споживача. Вже в 90-х роках поняття іміджу стало ключовим елементом теорії і практики публік релейшнз і увійшло до всіх сфер життя: політичного, економічного, суспільного тощо [12].

Єдиного визначення «імідж» не існує, кожен з науковців розкриває певну сторону цього поняття через власне тлумачення з різних сторін.

Імідж за своєю сутністю має дві основні позиції: імідж, як результат цілеспрямованого формування, та імідж, як результат стихійного самостійного формування в масовій свідомості. Існує думка, що перший підхід властивий для менеджменту, другий – для соціальної психології.

Отже, імідж – це багатогранна категорія, у визначення якої вкладається процес сприйняття, враження, переконання стейкхолдерів (громадськості, споживачів і партнерів), що створює стабільну конкурентну перевагу через формування загального образу, репутації, думки про престиж організації, її товари та послуги.

Також необхідно звернути увагу на питання відмінності і схожості категорій «імідж» та «репутація».

Щодо репутації організації, то найбільш загальні її визначення зводяться до того, що репутація – це спільна думка про якості, достоїнства, недоліки організації, яка «складається з асоціацій, образів у різноманітний осіб, але вона єдина. Вона цілком визначається минулим, а не теперішній чи

майбутнім» [12, с. 73]. Порівняльну характеристику іміджу та репутації наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Порівняльна характеристика іміджу і репутації [20, с. 73].

Імідж	Репутація
1	2
Виокремлює конкретне явище, створює враження відмінності від інших	Стосується конкретного об'єкта, є його оцінкою
Рухомий – оперативно змінюється, коригується залежно від зміни ситуації	Рухома – змінюється внаслідок зміни несвідомих або цілеспрямованих дій, поведінки об'єкта або досвіду контактування з об'єктом
«Напівфабрикат», що задає певний напрям для домислювання, спрямований на майбутній контакт з об'єктом	Чітко пов'язана з минулим досвідом контактування з об'єктом
Завжди є “недомовленим” і заохочує роботу уяви	Конкретна, може бути як забарвлена позитивно/негативно, так і нейтральною
Не обов'язково змінювати зі зміною репутації	Може погіршитись зі зміною іміджу
Прийнятний лише у певному сегменті (серед певної аудиторії)	Позитивна репутація визнається усіма стейкхолдерами, незалежно від сегмента

Таким чином імідж спрямований на те, щоб викликати певне ставлення. Репутація сама по собі вже є певним ставленням, оцінкою об'єкта.

Разом з тим науковці Д. Веттен і Е. Меккі [1] в своїх дослідженнях переконані, що у феномені репутації також закладені певні очікування, що зображено на рисунку 1.1.

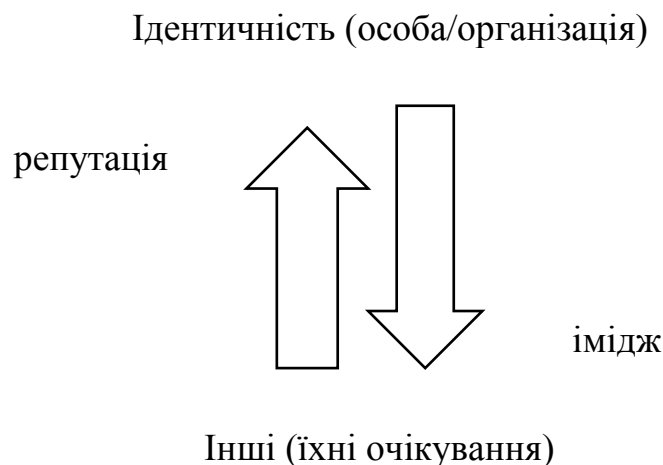


Рис. 1.1 Взаємозв'язок між іміджем, репутацією та ідентичністю [1]

За теорією Веттена-Меккі, ідентичність, імідж і репутація є компонентами симетричної комунікації між організацією чи особою та релевантними стейкхолдерами (іншими). З точки зору самоменеджменту організації, імідж – це надсилання повідомлень «агентами» організації до зовнішнього світу. Іншими словами, імідж – це те, як «еліта організації» хотіла б, щоб її уявляли оточуючі. Репутація організації – це щось на зразок зворотного зв'язку, взаємності, отриманих від стейкхолдерів, здатність організації відповідати очікуванням стейкхолдерів раціонального характеру.

Отже, існує різниця між категоріями «імідж» та «репутація». Головною різницею можна назвати те, що імідж є основою для уяви загального образу спрямований на майбутній контакт; репутація є результатом прямо пов'язаним з минулим досвідом контактування з об'єктом.

Іміджі бувають різними, і так як це поняття за своїм змістом є міждисциплінарним та широко використовується в багатьох напрямках, то і класифікація набуває інтерпретації згідно до особливостей, цілей та завдань об'єкта (політичний, соціальний, імідж керівника і його команди, імідж організації, імідж території і т. д.).

При класифікації іміджу організації головними критеріями визначають зв'язок образу що виникає з об'єктом іміджу та суб'єктом сприйняття, а саме виділяють такі основні типи:

- а) дзеркальний – імідж організації в чужих очах, на думку її керівників і персоналу;
- б) поточний – реальний імідж організації в чужих очах;
- в) бажаний – імідж, який би організація хотіла мати в очах громадськості;
- г) корпоративний – імідж організації в цілому, а не конкретних її підрозділів чи особистостей;
- д) багатозначний імідж – сукупність іміджів структурних підрозділів певної організації в очах громадськості [45].

Погоджуємося з даною класифікацією, так як відокремлені типи іміджу в повній мірі розкривають зв'язок між учасниками сприйняття іміджу.

Для цілей систематизації категорії «імідж» існують інші типології за принципами. Узагальнена класифікація представлена в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Класифікація видів іміджу

Принцип за класифікацією	Вид іміджу	Характеристика
1	2	3
За спрямованістю проявів	зовнішній;	Проявляється у зовнішньому середовищі, орієнтованому на партнерів, клієнтів, споживачів тощо.
	внутрішній.	Проявляється у враженні аудиторії про роботу працівників організації і взаємовідносин між ними тощо.
За емоційним спрямуванням	позитивний;	Позитивне ставлення аудиторії до фірми та її діяльності.
	негативний.	Негативне ставлення аудиторії до фірми та її діяльності.
За цілеспрямованістю PR-діяльності	природний;	При формуванні іміджу використовуються реальні факти чи події без їх коригування.
	штучний.	При формуванні іміджу використовуються реальні факти чи події з їх цілеспрямованим коригуванням, штучно створюються нові факти.
За ступенем раціональності сприйняття	когнітивний;	Дає «суху» раціональну інформацію.
	емоційний.	Орієнтований на широку аудиторію, використовуються факти, які здатні впливати на емоції, а не на розум.
За зв'язком образу сприйняття	дзеркальний;	Імідж організації в чужих очах, на думку її керівників і персоналу;
	поточний;	Реальний імідж організації в чужих очах;
	бажаний;	Імідж, який би організація хотіла мати в очах громадськості.
	корпоративний;	Імідж організації в цілому, а не конкретних її підрозділів чи особистостей.
	багатозначний	Сукупність іміджів структурних підрозділів певної організації в очах громадськості.

Джерело: складено на автором на підставі [45, 76].

Проаналізувавши таблицю 1.2 можемо ствержувати, що імідж є багатогранною категорією, але найбільш вживаними критеріями класифікації в науковому світі виступають принцип за спрямованістю проявів та принцип за емоційним спрямуванням.

Перед тим, як з'ясувати специфіку державного органу влади як носія іміджу, дамо визначення цій категорії, яка є найбільш уживаною та усталеною.

Походження терміну «державний орган влади» пов'язаний з органістичними уявленнями про державу (держава як людський організм), які з часом знайшли втілення в органічній теорії держави (держава як політичний організм). Поняття державного органу набуло вжитку в ХІХ ст., коли на основі процесу поширення ідей народної незалежності й поділу влади склалося уявлення про державу як інструмент здійснення влади, що належить народові. Цей механізм розглядався як такий, що об'єктивно має складну організацію, елементами якої є державні органи [41].

Погляди німецьких учених ХІХ ст. стали базою теоретичних вчень щодо державних органів, в яких вперше запропоновано цілісну теорію державних органів. Великого значення для подальшого розвитку теорії державного управління стало виділення своєрідного постулату, за яким «необхідність державних органів випливає вже із самої суті держави як єдиного організованого союзу». Тим самим непрямо надається формальне визначення державного органу як структурного елемента «єдиного організованого союзу». При цьому приділено увагу тому, що не існує «двох осіб: особи держави і особи органу, які б перебували між собою у правових відносинах; держава і орган, навпаки, утворюють єдине ціле». Держава може існувати лише через існування своїх органів, поза якими вона є «юридичним ніщо». Проте органи виражають не свою волю, а волю держави. Орган представляє державу тільки в межах своєї компетенції. Саме компетенція є основною якісною характеристикою державного органу, який не має жодних

суб'єктивних прав [17, 48]. Таким чином, саме компетенцію можна вважати ключовою характеристикою державних органів.

У сучасному словнику-довіднику з державного управління орган державної влади визначається як «організаційно-правовий інститут практичного здійснення компетенції як сукупності завдань, функцій і повноважень за предметом ведення...». Діяльність органів державної влади забезпечують посадові та службові особи, які працюють на професійних засадах і мають статус державного службовця [17, с. 234].

Розгляд специфіки органу державної влади як носія та об'єкта іміджування розпочнемо з аналізу особливостей різноманітних носіїв іміджу.

Ф. Шарков [79, с. 104]. поділяє об'єкти іміджмейкінгу на групи, а саме:

а) об'єкти, чий рейтинг залежить винятково від створеного ними або для них іміджу (сюди можна віднести окремих осіб, партії, рухи, соціальні групи і т. ін.), чиєю метою є вплив на настрої у суспільстві;

б) об'єкти, чий рейтинг рівною мірою залежить як від іміджу, так і від якості їхніх послуг (потужні організації, чий вплив залежить не лише від якості їхньої роботи, а й від того, як вони її виконують);

в) об'єкти, для яких коливання іміджу не є істотним чинником їх успішності (у маркетингу переважно це стосується дрібних торгівельних організацій, з якими споживач має справу часто і особисто).

Очевидно, що органи державної влади є об'єктами, які залежно від обставин можна віднести до другої або до третьої групи. У жодному разі їх неможна віднести до першої групи, адже вони функціонують не в конкурентному середовищі. Так як сприйняття оточуючих впливає на формування позитивного іміджу, то від підвищення ефективності та загального рівня державних установ зміниться ступінь розвитку суспільства в цілому.

С. Колосок вважає, що символічно-знакова функція є основною формою впливу на ставлення громадян до органів державної влади, на

ступінь їхньої довіри до суб'єктів управління, і, як наслідок, на підтримку їхніх дій [30, 84]. На думку вченого, образ влади у громадській свідомості складається з соціально-психологічних феноменів авторитету та репутації, які є ціннісним виміром владних відносин у суспільстві. І хоча поняття репутації та іміджу не є тотожними, адже, як ішлося у раніше, репутація будується на минулому досвіді, а іміджу важлива інформація про теперішнє та плани на майбутнє, застосування їх до органу державної влади максимально зближає ці категорії. Вони обидва характеризують процес динамічної взаємодії між діяльністю органу державної влади та інтерпретацією цієї діяльності стейкхолдерами – усієї сукупності фізичних та юридичних осіб, зацікавлених у результатах діяльності відповідної інституції.

Ланцюг «добрий імідж влади» – «довіра громадськості до влади» – «ефективна діяльність влади» відтворює у своїх працях І. Пантелейчук [41]. Як зазначає науковець, «важливою умовою ефективної діяльності органів влади виступає конструктивний взаємозв'язок із громадськістю. Високий рівень довіри громадськості до різних гілок влади, що забезпечує ефективну підтримку нею дій і програм, які здійснюються органами влади, зумовлюється позитивним, емоційним сприйняттям її іміджу».

Можна сказати, що позитивний імідж органу державної є доволі значущим інструментом втілення в життя ідеї та концепції «належного» врядування (good governance), яка синтезує у собі окремі ідеї теорії мереж, синергетики, суспільно-державного управління, теорії демократії комунітарного типу тощо. З позицій належного врядування державне управління постає як функція суспільної координації. Державні справи, органи та організації стають публічними і відкритими для суспільної дискусії, яка стає важливим ресурсом вироблення політико-управлінських рішень. Підставою для вироблення політичних та організаційно-управлінських рішень стає прагнення досягнути спільні блага, загального

інтересу, які визначаються як державою, так і громадськістю. Прийняті рішення оцінюються не лише з точки зору критеріїв ефективності, але й моральних норм. Окрім ефективності складовими «належного» врядування є участь, законність, прозорість, відповідальність, узгодженість, справедливість, інклюзивність і підзвітність [42, с. 75].

Саме забезпечення прозорості і відкритості діяльності владних інституцій є, на нашу думку, найважливішою функцією іміджу органу влади, що безпосередньо пов'язана з формуванням довіри до владних структур і підвищенням ефективності управління.

Імідж органів влади виконує й інші функції прикладного характеру. Зокрема, Р. Войтович, аналізуючи процес взаємодії органів влади з громадськістю, зазначає, що імідж владних структур:

- вказує на індивідуально-типологічну відмінність суб'єктів органів державної влади;
- забезпечує реалізацію тотального комунікативного зв'язку (стереотип, менталітет, мова, одяг, поведінка, оточення, символіка) [10, с. 142].

Отже, імідж органу влади за сучасних умов є доволі важливим інструментом забезпечення відкритості та ефективності його діяльності, він фіксує ступінь відповідності очікувань населення країни та дій державного органу влади та створює площину для розвитку громадянського суспільства як соціального інституту.

1.2 Методи та підходи до оцінки іміджу державного органу влади

Першочерговою умовою забезпечення ефективності заходів з формування і зміцнення іміджу державного органу влади є створення

ефективного зворотного зв'язку між органом влади та населенням на макрорівні та керівництвом і персоналом на мікрорівні відповідно. Забезпечення даного процесу дозволяє оцінити, як суб'єкти процесу сприймають загальний імідж організації, які зусилля вони докладають для того, щоб його тримати його на прийнятному рівні та підвищувати відповідно до роботи державного органу влади, що в свою чергу дозволяє виявити рівень лояльності учасників процесу. Для більш адекватного розуміння цих процесів варто розглянути структуру іміджу органу влади.

Одним із перших спробу структурування іміджу державного органу здійснив С. Колосок [30]. У більш ранніх публікаціях він пропонує восьмикомпонентну структуру іміджу органу державного управління, яка часто за все згадується у працях послідовників, а у більш пізніх – шестикомпонентну (рис. 1.2).

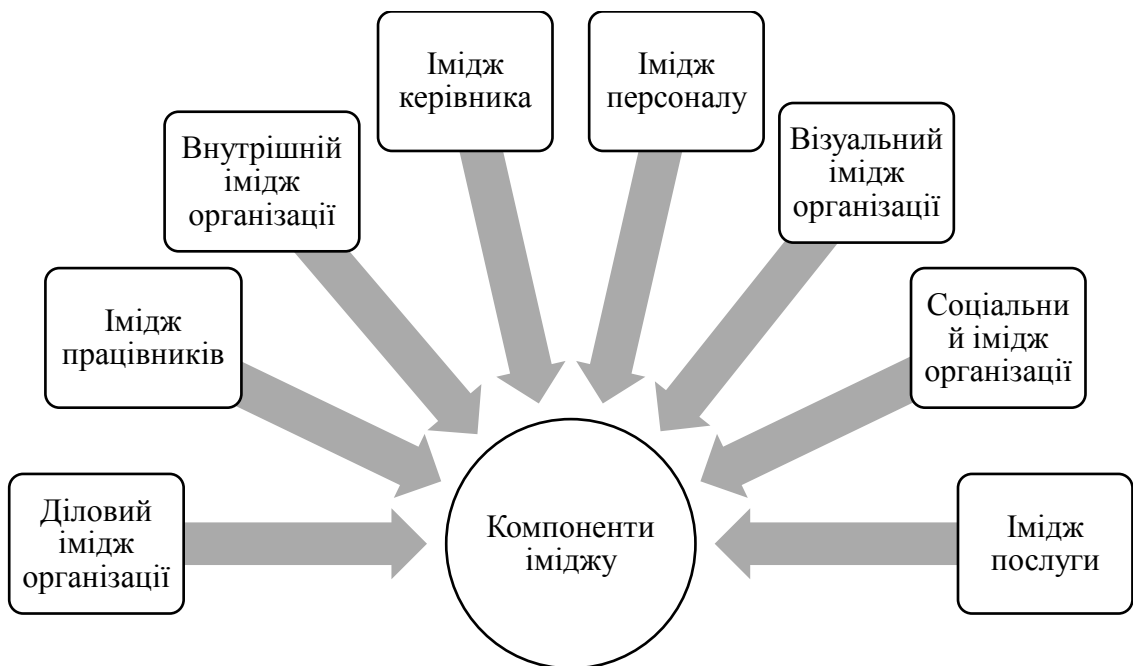


Рис. 1.2 Восьмикомпонентна структура іміджу органу державного влади С. Колоска

Джерело: складено автором на основі [30]

Діловий імідж організації – це уявлення про організацію як суб'єкта ділової активності. Складовими ділового іміджу організації є повнота і своєчасність наданих послуг громадянину.

Імідж працівників включає уявлення про стиль життя, суспільний статус і деякі особистісні (психологічні) характеристики.

Внутрішній імідж організації – це уявлення співробітників про свою організацію. Основними детермінантами внутрішнього іміджу є культура організації і соціально-психологічний клімат.

Імідж керівника або основних керівників організації включає уявлення про можливості, ціннісні орієнтації, психологічні характеристики і зовнішність керівників (табл. 1.3)

Таблиця 1.3

Складові іміджу керівника [6]

Назва	Характеристика
1	2
Візуальне сприйняття людини	Ступінь фізичної привабливості; ступінь виразності манер і їх привабливості; одяг і аксесуари.
Інтелектуальне сприйняття людини	Особистісні характеристики, що проявляються під час комунікації.
Статусне сприйняття	Оцінка стратифікаційного статусу особи; посада; професія
Соціальний фон	Стратифікаційні характеристики оточення (належність до соціальної групи; соціальний статус).
Вплив інтер'єру на сприйняття людини	Просторові характеристики; кольорове оформлення.

Імідж персоналу – це згуртований загальний погляд на персонал, який бачить найбільш унікальне, що розкриває найхарактерніші для нього риси. Узагальненою вимогою для персоналу є фахова компетентність, що включає:

- а) мобільність (швидкість і якість обслуговування);
- б) акуратність у виконанні посадових обов'язків; точність виконання роботи;
- в) інформованість (готовність надати консультацію чи довідку з приводу будь-якого проблемного питання);
- г) висококваліфіковану фахову підготовку;
- д) культуру спілкування:
 - комунікабельність (приятність у спілкуванні, успіх)
 - слухність усних виступів

е) соціально-психологічні характеристики співробітників;
 є) соціально-демографічні й фізичні дані (вік, стать, наявність/відсутність фізичних вад).

Тобто фахові компетентності включають загальні риси для працівників, що є бажаними для розвитку іміджу організації.

Візуальний імідж організації – це уявлення про організацію, через зорові відчуття, що фіксують інформацію про інтер'єр офісу, приймальню керівника, кабінет, символіку організації.

Соціальний імідж організації – це уявлення широкою громадськістю щодо соціальної цілі й ролі організації в економічному, соціальному і культурному житті громадськості.

Імідж послуги – це уявлення людей стосовно якісних характеристик послуги, які надаються об'єктом [30].

Іншу структуру іміджу державних органів влади пропонує І. Колосовська [29], виокремлюючи чотири складові, які є як зовнішніми, так і внутрішніми характеристиками (рис. 1.3).

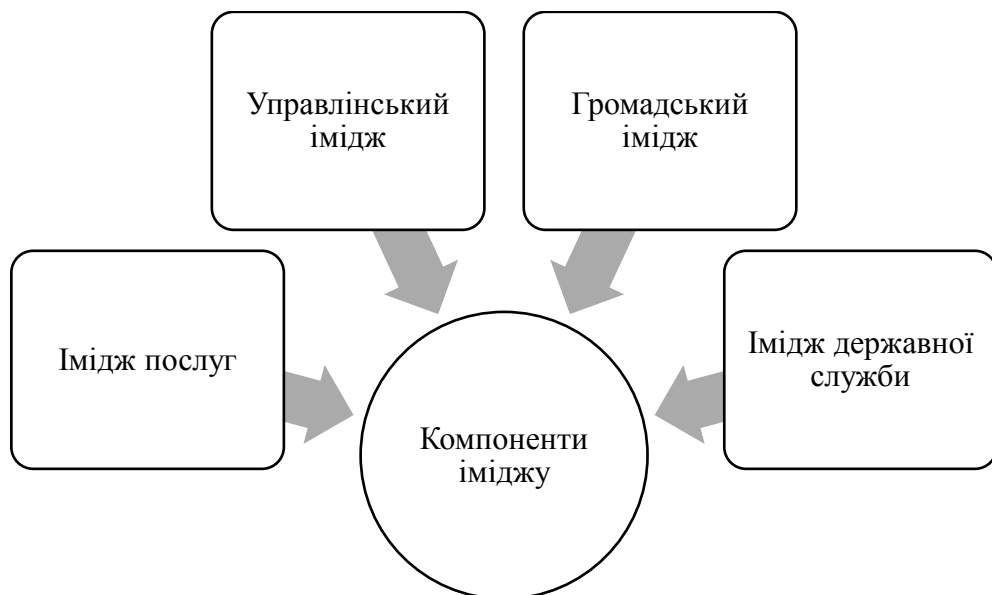


Рис. 1.3 Чотирьохкомпонентна структура іміджу органу державного влади І. Колосовської

Джерело: складено автором на основі [29]

Імідж послуг означає ступінь якості та вчасності наданих послуг.

Управлінський імідж характеризує ефективність системи управління та результативність прийнятих управлінських рішень.

Громадський імідж розкриває наскільки прозора діяльність органів влади і чи активні вони у громадському житті.

Імідж державної служби показує рівень престижності посади державного службовця та вплив мікроклімату у владних структурах на працівників [29, с.8].

Саме середня загальна оцінка компонентів формує реальний рівень іміджу державного органу влади, так як реакція громадськості є досить еластичною. Тобто вона є рушійною силою визначення ступеня впливу задоволення суспільства від ефективного виконання основної ролі покладеної на певний орган влади, в першу чергу реалізацію державної політики.

Для цілей оцінки іміджу державної установи з позиції даних тверджень, необхідно відокремити показники, що сприяють формуванню ставлення громадськості до неї:

- а) ефективність діяльності як цілісної структури, так і окремих її функціональних одиниць;
- б) впорядкованість, згуртованість та монолітність державної організації;
- в) рівень культури, зокрема, етичні норми;
- г) ставлення співробітників до своєї установи та її керівників;
- д) стиль взаємодії з макро– та мікросередовищем;
- е) відображення та врахування потреб населення, менталітету громадян та історичних особливостей місцевості [78].

Більш детально зупинимося на визначенні поняття «ефективність державного управління» для подальшого аналізу як головного індикатора задоволеності населення владою, що і формує імідж. Довідник за редакцією Н. Глазунової, Ю. Забродіна і А. Поршнева [11, с. 476] визначає ефективність

державного управління як співвідношення результатів управління із задекларованими цілями. В. Цветков [78, с. 78] пов'язує цю категорію із громадською свідомістю, з правовим становищем людини в суспільстві виходячи з гіпотези, що: «ефективність державного управління – це людська специфіка управління, що здійснюється людиною і для людини».

Для подальшої оцінки ефективності роботи державного органу влади необхідно виділити основні критерії.

Важливу роль у формуванні позитивного ставлення громадян до діяльності державних структур відіграє також так званий моральний фактор, який є ще одним виміром ефективності. Оцінка населенням діяльності державної установи з точки зору моральності виходить, насамперед, з того, які особистісні духовно-моральні якості мають службовці і якою мірою вони прагнуть до захисту економічних, соціальних, культурних, індивідуальних й інших інтересів громадян. Низький моральний рівень чиновників, бюрократизм, байдуже, неповажне ставлення до людей, відірваність від народу, прагнення використовувати свою роботу з корисливою метою, хабарництво, корумпованість, зневага до законів багато в чому визначають якість функціонування державних установ. Таким чином, дані показники складають наступний фактор формування іміджу державної установи – організаційну культуру.

Зарубіжні науковці [1], [79] набагато раніше почали досліджувати імідж, розробляти методики його формування, управління та оцінки. Менеджери вітчизняних підприємств намагаються налагодити процес управління іміджем, беручи за приклад зарубіжний досвід своїх колег. Проте західні розробки не завжди доцільні для оцінки іміджу вітчизняних організацій. Таким чином, розробка методичного інструментарію для оцінки іміджу вітчизняних підприємств є, безумовно, актуальною.

Методика оцінки іміджу організації повинна включати наступні об'єктивні характеристики [68, с.148]:

- область оцінки: окрема група суб'єктів взаємодії;
- складові оцінки: критерії, характерні для публічної організації;
- об'єктивність оцінки: оцінка елементів іміджу, що ранжуються за своєю значущістю;
- об'єкт оцінки: будь-яка організація;
- вартість оцінки: невисока;
- наочність: одержані результати оцінки показують, які конкретно сфери діяльності організації не відповідають ідеальним і вимагають вдосконалення.

В даній методиці надаються бажані вимоги щодо оцінки іміджу державного органу влади. Важливим фактором є невисока вартість оцінки, що надає можливість будь-якій організації провести внутрішню оцінку власного рівня іміджу та створити чіткий план дій щодо підтримки існуючого рівня чи розробки шляхів удосконалення досліджуваного елемента.

У процесі оцінки іміджу організації використовуються наступні показники [4, с.42]:

- порядковий індекс групи суб'єктів взаємодії;
- ранг значущості елемента іміджу організації;
- середня вагомість елемента іміджу організації в залежності від якісних характеристик;
- оцінка відповідності елемента існуючого іміджу організації очікуванням респондента групи суб'єктів взаємодії;
- середня оцінка елемента іміджу організації і-групи суб'єктів взаємодії;
- оцінка іміджу підприємства групою суб'єктів взаємодії.

На першому етапі визначаються ті групи суб'єктів взаємодії, відносно яких здійснюватиметься оцінка іміджу. Кількість груп визначається фахівцями, що проводитимуть оцінку, залежно від цілей, які ставляться перед оцінкою іміджу організації. Так як імідж відображається в свідомості

людей, то організація не володіє однозначними даними щодо реального сприйняття, оскільки у різних суб'єктів складаються різні уявлення про одну і ту ж організацію. Тому необхідно розширяти групи суб'єктів оцінки на всіх зацікавлених сторін попередньо поділивши їх за значимістю для організації.

Згідно з видом оточення організації науковці виділяють зовнішній імідж (відносно контактних груп прямої та непрямой дії) та внутрішній імідж (уявлення співробітників про свою організацію, основними детермінантами якої культура організації і соціально-психологічний клімат).

Результати дослідження оцінки іміджу дозволять бюджетній організації отримати деталізовану картину про стан свого іміджу, а також використовувати отримані результати в якості базису для подальшої реалізації імідж-стратегії.

Як і будь-які методи оцінки в першу чергу методи оцінки іміджу поділяються на кількісні та якісні.

Якісний аналіз – це аналіз якісних даних, таких як тексти інтерв'ю учасників. На відміну від кількісного аналізу, при якому статистичні показники значно не залежать від дослідника, якісний аналіз значно залежить від аналітичних та синтетичних здібностей дослідника, його особистого знання соціального контексту, у якому збираються дані [7]. Тобто в багатьох випадках недостатню використовувати лише якісний чи лише кількісний метод оцінки, так вони не є взаємозамінними, необхідно поєднувати їх при оцінці та аналізі для отримання найточнішого результату.

Якісні методи в дослідженнях іміджу найчастіше використовуються для створення описової бази і шкали для подальшої кількісної оцінки, побудови гіпотези для перевірки, адже вони дозволяють зрозуміти сутність проблеми, сформулювати задачі та понятійний апарат для подальших кількісних досліджень. Більшість методів якісних досліджень базуються на використанні підходів, які розроблені психологами, тому їх використання

обмежене, адже збір даних повинен проводитися висококваліфікованим спеціалістом в області маркетингу у взаємодії з професійним психологом.

Вибір щодо використання того чи іншого методу залежить від поставленої мети, а саме яку інформацію необхідно отримати. Далі наведемо можливі варіанти застосування якісних методів. Вони враховують оцінку як внутрішнього, так і зовнішнього іміджу, тобто аналізу підлягають різні контактні аудиторії підприємства.

Для отримання глибинного розуміння моделей споживання, купівельної поведінки і факторів, що визначають вибір споживача, його звичок та уподобань необхідно:

- вивчити процес прийняття рішень для отримання послуги;
- описати ставлення споживача до організації та її послуг;
- оцінити ступінь задоволеності існуючими послугами.

Даний аналіз дозволить прогнозувати настрій споживача послуг відносно його вподобань та очікуваного рівня задоволення. Тобто визначена модель дозволить налаштувати процес надання послуг відповідно до бажань потенційного споживача, що в свою чергу приверне увагу суб'єкта дослідження та надасть перевагу організації під час вибору споживача.

Для розвитку креативного іміджу:

- генерування ідей щодо креативного втілення стратегічних концепцій;
- оцінка елементів комунікацій;
- тестування альтернативних варіантів іміджевої реклами.

Креативний імідж покликаний для здобуття переваги шляхом створення особливої та запам'ятованої для клієнта образу, втіливши в нього складові іміджевої реклами та комунікації.

Для оцінки внутрішнього іміджу:

- оцінка іміджу керівника і системи управління;
- аналіз психологічного клімату організації;
- аналіз корпоративної культури.

Отже, проаналізувавши існуючі якісні методичні підходи, виділимо в першу чергу ті, що використовуються саме для оцінки іміджу організації:

- метод соціологічних опитувань;
- фокус-групи по окремим категоріям контактних аудиторій;
- індивідуальні слабо структуровані (глибинні) інтерв'ю у тому числі проєктивні методики;
- експертні методи (рейтинговий та рекомендаційний).

Дані методи необхідно використовувати для оцінки різних параметрів, так як на практиці кожен метод відповідає за оцінку окремої групи показників. Порівняльна характеристика представлена в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

Аналіз методів оцінки іміджу організації

№ з/п	Назва	Метод збору інформації	Характеристика
1	2	3	4
1.	Метод соціологічних досліджень	Спостереження, вивчення документів, інтерв'ювання, соціометричний метод, соціальний експетимент	Застосовують для отримання інформації щодо оцінки обраного об'єкта випадковим респондентом
2.	Фокус-групи по окремим категоріям контактних аудиторій	Дискусія, анкетування, інтерв'ювання	Використовується для отримання даних щодо оцінки заздалегідь сформованої групи респондентів за рахунок моделювання бажаної ситуації та подальшого збору та обробки інформації
3.	Індивідуальні слабо структуровані (глибинні) інтерв'ю у тому числі проєктивні методики	Опитування, анкетування, інтерв'ювання	Необхідне для визначення думок чи очікувань випадкових респондентів
4.	Експертні методи (рейтинговий та рекомендаційний)	Опитування, анкетування, інтерв'ювання, дискусія	Використовується для прогнозу необхідних параметрів шляхом залучення в опитування фахівців

Джерело: складено автором на основі [7]

За даними таблиці 1.4 можемо зробити висновок, що дані методи визначені за видом суб'єкту оцінки. Тобто, у кожному методі оцінки приймають участь різні учасники від представників різних соціальних груп з непередбачуваним ставленням до об'єкту до заздалегідь обраних експертів окремої галузі.

Аналіз вторинної інформації як методу оцінки іміджу має особливі умови застосування. З цією метою стане актуальним розгляд саме тих джерел інформації, за допомогою яких існує вплив на контактні аудиторії (рис. 1.4).

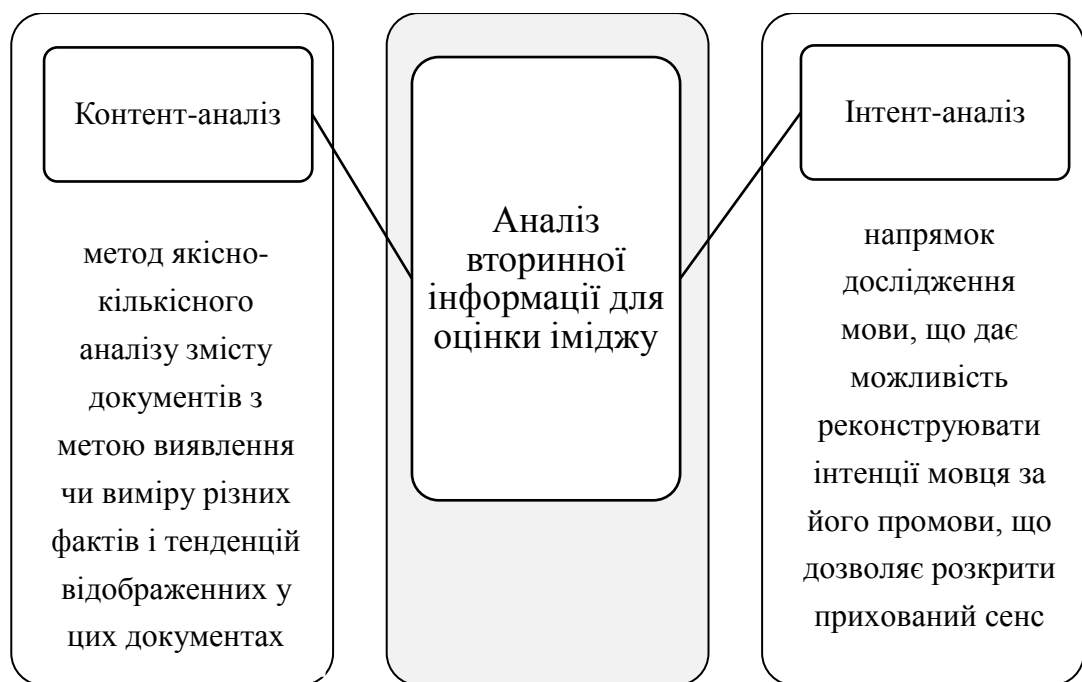


Рис. 1.4. Групування аналізів вторинної інформації

Джерело: складено автором на основі [7]

Контент-аналіз – це метод, суть якого полягає в вивченні документів в їх соціальному контексті. При оцінці іміджу метод може використовуватися для аналізу даних інтерв'ю та відкритих запитань в анкетах.

В інтент-аналізі під поняттям інтенції розуміють наміри, мету, спрямованість свідомості на певний предмет, які намагаються донести до аудиторії.

Ці методи не застосовуються для прямої оцінки іміджу, але їх використання надає інформацію, яка необхідна у процесі управління іміджем, а саме:

- аналіз інформації у ЗМІ щодо організації;
- бачення загальних соціальних настроїв;
- визначення вподобання цільової аудиторії;
- прогноз виконання запланованих програм та можливі його зміни [7].

Після проведення оцінки на основі отриманих даних розробляються рекомендації, які в подальшій обробці перетворюються в поточні або стратегічні цілі імідж-стратегії підприємства.

Отже, проведення оцінки іміджу залежить від поставленого завдання, а саме яку інформацію необхідно отримати. За найбільш розповсюдженим методом процес оцінки слід розділити на два етапи – оцінку зовнішнього та оцінку внутрішнього іміджу. Це, в свою чергу, надає можливість адекватно провести його повну оцінку. Точна оцінка не тільки дасть повну картину існуючої ситуації в цілому керівництву, а дасть зрозуміти в яких аспектах організація досягає успіху, а над чим ще слід попрацювати. Тобто оцінка іміджу в подальшому аналізі є основою для створення нових векторних програм для покращення існуючого чи створення нового іміджу.

1.3 Професійна поведінка державного службовця як складова іміджу державного органу влади

В умовах реформування державної служби в Україні важливими чинниками створення ефективної системи державної влади мають стати не лише висока кваліфікація, а й професійна поведінка службовців. При

виконанні службових обов'язків чиновник повинен пам'ятати, що від його поведінки залежить уявлення громадян про державну службу.

Професійна поведінка державного службовця є невід'ємною частиною при формуванні позитивного іміджу, так як від неї залежить в першу чергу задоволеність населення від отриманих послуг та рівень довіри суспільства до діяльності бюджетних організацій, тобто є однією з необхідних умов ефективного функціонування і розвитку даного соціального інституту.

Професійна поведінка означає те, що державний службовець повинен діяти відповідно до високої репутації державної служби і утримуватись від будь-яких дій, висловлювань і вчинків які могли би завдати їй шкоди.

Посадова особа державного органу влади незалежно від обставин не може допустити недостойну поведінку, так як від рівня професійності в аспекті виконання обов'язкових функцій під час несення служби принижує не тільки власну гідність, а і підприває авторитет державного органу влади, а отже і держави і цілому. Відступаючи від норм етикету (службового чи ділового) працівник владної структури надає збитки честі та престижності організації, що несе значний негативний вплив на сприйняття оточуючими управлінського органу, а отже і іміджу.

Відповідно до визначених діючим законодавством України можемо узагальнити вимоги до професійної поведінки державних службовців за окремими різновидами, представленими на рисунку 1.5.



Рис. 1.5 Вимоги до професійної поведінки державного службовця

Джерело: складено автором на основі [8].

Установчі вимоги несуть за собою сувору необхідність виконувати посадові обов'язки сумлінно, на високому професійному рівні. Наголошується про розуміння державним службовцем того, що визнання, дотримання і захист прав та свобод людини і громадянина визначають сутність і зміст професійної діяльності та здійснювати її у межах встановленої законодавством України компетенції державного органу.

Заборонні вимоги потребують від службовців дотримуватися обмежень, встановлених законом та не робити вчинків, що ганьблять честь та гідність державного органу влади. Також важливою умовою виконання даних вимог є не допускати конфліктних ситуацій, здатних завдати шкоди персональній репутації або авторитету державного органу.

Рекомендаційні вимоги радять виявляти коректність у взаємодії з громадянами та дотримуватися встановлених правил публічних виступів та надання службової інформації.

Однією з головних вимог, що висувається до державного службовця під час здійснення ним своїх службових повноважень, на думку Г. Атаманчука [3, с.58], є управлінський професіоналізм, який інтегрує в собі три групи елементів:

- компетенції (знання, вміння і навички);
- світогляд;
- моральність.

Дещо детальніше розглянемо моральність, що уособлюється в дотриманні етичних норм і приписів.

Сутність поняття «етика» розкривається в багатьох наукових дослідженнях, зокрема в «Енциклопедії державного управління», де трактується як «наука про мораль та людське ставлення до моралі, що ґрунтується на духовному потенціалі, філософському тлумаченні складного і багатовимірного досвіду людства» [17, с.198]. Власне, професійна етика

науковцями та практиками визначається як зовнішній регулятор професійної діяльності державних службовців.

Так, В. Цветков [79, с.117]. у своїх наукових доробках зазначає, що етика – це форма суспільної свідомості. Синонімами етики вчений визначає мораль та моральність, акцентуючи увагу на тому, що потрібно шукати нове джерело духовних сил, яке б допомогло сформувати громадський ідеал. Загалом етика державних службовців – це система професійних моральних цінностей, правил та принципів, норм і стандартів службової діяльності, поведінки, спілкування та ухвалення рішень. Звідси випливає, що професійна етика характеризує професійну моральну свідомість, спосіб мислення, оцінює процес, сутність, організацію та результати професійної діяльності державних службовців на шляху до успішності в системі публічного адміністрування.

Так як питання етики в державних органах влади носить регулюючий характер в сучасному українському суспільстві, то в Україні затверджено законодавчо-нормативними актами загальні правила етичної поведінки для державних службовців на всіх рівнях [73].

Проблема формування етичної складовою професійної поведінки є досить динамічною, оскільки кожна нова влада ставить перед державною службою нові задачі.

Перша для сучасної української державної служби спроба врегулювати питання етичної поведінки державних службовців була у 1993 році – прийняття Закону «Про державну службу» [48]. У статті 5 даного Закону прописуються обов'язки, серед яких:

- шанобливо ставитися до громадян, керівників і співробітників, дотримуватися високої культури спілкування;
- не допускати дій і вчинків, які можуть зашкодити інтересам державної служби чи негативно вплинути на репутацію державного службовця.

Крім того, статтею 14 цього Закону було передбачено дисциплінарну відповідальність державного службовця, зокрема, за вчинок, що порочить його як державного службовця або дискредитує державний орган, у якому він працює.

З метою створення умов для підвищення авторитету державної служби та інформування громадян про поведінку, яку вони мають очікувати від державних службовців, наказом Головного управління державної служби України від 23.10.2000р. №58 [52] було затверджено першу редакцію Загальних правил поведінки державних службовців, які є узагальненням стандартів поведінки та доброчесності державних службовців.

У 2012 році український політиком прийняв законодавчий акт етичного кодексу публічних службовців. Верховною Радою України було прийнято Закон України «Про правила етичної поведінки» від 17.05.2012 р. № 4722-VI [64], який визначав керівні норми поведінки осіб, уповноважених на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, під час виконання ними службових повноважень та порядок притягнення їх до відповідальності за порушення таких норм.

За порушення особами, уповноваженими на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, правил етичної поведінки, визначених цим Законом, передбачалась дисциплінарна, адміністративна, кримінальна та матеріальна відповідальність з урахуванням особливостей правового статусу таких осіб, визначених Конституцією і законами України.

Для державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування загальні правила етичної поведінки затверджує центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері державної служби (наразі – Національна державна служба).

На виконання вимог ст. 37 зазначеного Закону України Національною державною службою було затверджено останню третю редакцію Загальних правил – Правила етичної поведінки державних службовців та посадових

осіб місцевого самоврядування [53], які є узагальненням стандартів етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, якими вони зобов'язані керуватися під час виконання своїх посадових обов'язків.

Основне положення щодо професійної поведінки звучить як «Державні службовці та посадові особи місцевого самоврядування мають дбати про авторитет державної служби і служби в органах місцевого самоврядування, а також про позитивну репутацію державних органів та органів місцевого самоврядування, що включає дотримання правил етикету, належного зовнішнього вигляду, забезпечення високої якості роботи, встановленого внутрішнього службового розпорядку» [53].

Таким чином, на законодавчому рівні щодо врегулювання морально-етичних засад діяльності державних службовців діє ряд нормативно-правових актів, які містять в собі вимоги до посадової особи та обов'язки проходження державної служби в Україні. Серед них загальні правила поведінки державних службовців, що є узагальненням стандартів етичної поведінки, доброчесності та запобігання конфлікту інтересів у діяльності органів державної влади, способів урегулювання конфлікту інтересів.

Зважаючи на вимоги етики, державний службовець повинен:

- бути відкритим до спілкування з колегами, громадянами;
- мати певну внутрішню пластичність, тобто здатність, сприймаючи проблеми інших, водночас залишатись самим собою (щоб не закостеніти в шкарлупі власного Я і, водночас, не зламатись під зовнішнім тиском);
- бути діалогічним у спілкуванні («чути» не тільки себе, а й інші способи міркування, інші думки);
- будувати стосунки з іншими на принципах моралі – доброчесності, порядності, совісності, поваги, дотримання домовленостей [32 с.13].

Морально-етичні засади успішності професійної діяльності державного службовця регулюють:

- прийняття рішень державним службовцем;
- аналіз і визначення морально-етичних засад професійної діяльності;
- вирішення морально-етичних ситуацій та проблем як особистісної, так і колективної діяльності;
- поширення морально-етичних ідеалів, цінностей, засад;
- залучення до вирішення моральних проблем знань з інших галузей науки: політичних, управлінських, поведінкових, організаційних, правових, економічних у системі публічного адміністрування.

Побудова відносин держави на правових, етичних та моральних основах гуманізму, справедливості, пріоритету прав і свобод громадян є основним рушієм побудови та розвитку успішної держави. Так, М.І. Пірен [43, с.41]. визначає, що елітарна особистість управлінця сфери державних інститутів – це совість нації, вірець відданості, порядності, професіоналізму та патріотизму. Державним службовцям потрібні й особистісні якості: висока духовність, віра, нова моральна свідомість. Саме тому морально-етичний чинник професійної діяльності має бути підґрунтям та індикатором успішного зростання державного службовця.

Погоджуємося з баченням Т.Е. Василевської [8, с.133]., що проаналізувати морально-етичні засади професійної діяльності державних службовців як основи формування позитивного іміджу апарату публічного адміністрування можна на рівні окремої особистості: через роль професіоналізму у формуванні ціннісного світу, моральності особи (вплив професії на особистість, її чесноти) та через роль моральності, професійної етики в розвитку професійності (безпосередній вплив особистісних моральних характеристик на успішну професійну діяльність). Тобто одним з основних аспектів моделі успішної професійної поведінки державних службовців є морально-етичне підґрунтя. Адже професія державного службовця вимагає не тільки високої професійної майстерності, але й культури поведінки, знання та дотримання службового етикету як одного з

важливих показників високого рівня професійної діяльності державного службовця.

Говорячи про морально-етичні засади успішності професійної поведінки державних службовців, необхідно зазначити, що для того, щоб етичні принципи, норми, правила й стандарти працювали, вони повинні реалізуватись у практиці професійної діяльності управлінців, тобто бути частиною стратегії кадрової політики.

Для оцінки професійної поведінки та морально-етичних якостей державних службовців існує низка методик, які можливо проводити в рамках різних організаційних вимірів: загальнонаціональних регіональних та місцевих. Серед основних є:

- безпосередній метод оцінювання стану й потреб;
- експертне опитування;
- інноваційний підхід до аналізу реального стану етики державних службовців;
- прямі і непрямі методи оцінки реального стану професійної етики і потреб державних службовців в етичних знаннях [66].

Безпосередній метод оцінювання стану й потреб – найчастіше вживаний у вітчизняній практиці державної служби підхід з використанням соціологічних методів, як правило, у формі анкетного опитування. Державним службовцям пропонується відповісти на запитання анкети: які функції виконують вони згідно із службовими обов'язками, які вміння і навички є основними в їхній роботі, з чим вони хотіли б ознайомитися в процесі підвищення кваліфікації тощо. На основі отриманої інформації оцінюються освітні потреби і розробляються навчальні програми й окремі курси.

Експертне опитування – метод, якому властива схожа процедура дослідження. Він використаний у процесі роботи літньої школи-семінару керівників кафедр та структурних підрозділів НАДУ «Підвищення

ефективності організаційної, навчальної, наукової роботи кафедр в умовах європейської та євроантлантичної інтеграції» [66].

Інноваційний підхід до аналізу реального стану етики державних службовців. Його підтверджує дослідження ефективності муніципального управління, здійснене В. Саламатовим і А. Балобановим [5]. Автори вивчали уявлення державних службовців про ефективність управління і його чинники, а також оцінку реального стану управління споживачами державних послуг. В основу «факторно-аналітичної моделі» ефективності державного управління автори поклали ідею професіоналізму державної служби виходячи з того, що професіонал має бути «відданим особливому набору ідеалів і стандартів поведінки» [9].

Прямі і непрямі методи оцінки реального стану професійної етики і потреб державних службовців в етичних знаннях. Вони ґрунтуються на аналізі та зіставленні особливостей і результатів професійної діяльності державних службовців. Продиться на трьох етапах, на кожному із яких ставилася низка цілей, які стосувалися вивчення рівня сформованості етичних знань, оцінки морального розвитку державних службовців, аналізу етики організації професійної діяльності і службових відносин, морально-психологічного клімату в колективі, стилю керівництва; з'ясування моральних проблем державних службовців і їх ставлення до цих проблем; вивчення морального портрета українського державного службовця тощо.

Отже, формування успішності професійної діяльності державного службовця з акцентом на морально-етичних засадах є складним і тривалим процесом. При цьому важливими умовами повинні бути: свобода, стабільність, пропаганда, право, професіоналізм, особистісні якості тощо. Проведений аналіз та отримана інформація дають можливість стверджувати, що основи морально-етичних засад професійної діяльності державних службовців діють в окремо створених кодексах поведінки, етичних кодексах. Вони покликанні для врегулювання питань щодо формування єдиного образу

посадової особи державного органу влади. Теоретично доведено, що за допомогою дотримання вимог до морально-етичного рівня в розрізі професійної поведінки формується імідж успішного державного службовця. Адже успішний державний службовець – це професіонал, упевнений у собі, у прийнятих рішеннях, цілеспрямований, орієнтований на відмінний результат, патріот своєї держави, ініціативний, здатний до саморегуляції планування власного професійного розвитку та зростання, а також прагнення до постійного саморозвитку та самовдосконалення.

Висновки до розділу 1

Розглянуто сутність і зміст іміджу державного органу влади. За аналізом теоретичних даних визначено, що імідж – це образ-уявлення, який методом асоціацій наділяє об'єкт додатковими цінностями (соціальними, естетичними, психологічними та ін.), не обґрунтованими в реальних властивостях самого об'єкту, але мають соціальну значущість для того, хто сприймає такий образ. Запорукою успішності управління іміджем організації є застосування специфічних методів, процедур та прийомів, використання яких є доцільним для бюджетних установ.

Вивчено та проаналізовано підходи та методи до оцінки іміджу органу державної влади. Головне завдання управлінців – використовувати ті методи оцінки, результат яких найкраще задовольнить користувачів інформації. Якісні методи в дослідженнях іміджу найчастіше використовуються для створення описової бази і шкали для подальшої кількісної оцінки, побудови гіпотези для перевірки, адже вони дозволяють зрозуміти сутність проблеми, сформулювати задачі та понятійний апарат для подальших кількісних досліджень. Кількісні методи оцінки не завжди враховують відмінності між

видами іміджу, які склалися у різних груп контактних аудиторій. У дослідженнях, спрямованих на вивчення іміджевих характеристик, використовуються, як правило, комбінація кількісних і якісних методів. Застосування тільки одного методу не дозволяє розглянути об'єкт цілісно, тобто виявити і визначити значимість і взаємозв'язок емоційних характеристик.

Розглянуто сутність та роль професійної поведінки державного службовця як складову іміджу державного органу влади. Надано характеристику основним вимогам до морально-етичних якостей та визначено методи їхньої оцінки. За даними теоретичного матеріалу з'ясовано, що професійна поведінка є ключовим фактором при формуванні уявлення користувачів послуг про державну установу, створенні персональної репутації працівника та авторитету державного органу.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО ОРГАНУ ВЛАДИ

2.1 Аналіз діяльності державного органу влади

Для цілей аналізу діяльності державного органу влади надамо характеристику Олександрівському управлінню у місті Запоріжжі Головного Управління Державної податкової служби у Запорізькій області, який є територіальним органом Державної податкової служби (далі – ДПС), контролюючий органом (орган доходів і зборів).

Згідно до Положення «Про державну податкову службу» [56] Державна податкова служба України (ДПС) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра фінансів.

Головне управління державної податкової служби у Запорізькій області реалізує державну податкову політику, державну політику з адміністрування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, державну політику у сфері боротьби з правопорушеннями під час застосування податкового законодавства, а також законодавства з питань сплати єдиного внеску та законодавства з інших питань, контроль за дотриманням якого покладено на ДПС.

ДПС у своїй діяльності керується Конституцією і законами України, указами Президента України та постановами Верховної Ради України, прийнятими відповідно до Конституції та законів України, актами Кабінету Міністрів України, іншими нормативно-правовими актами [48], [50], [52], [53], [54].

Державна податкова служба за часи незалежності України пройшла великий шлях реформування та встановлення (рис. 2.1).

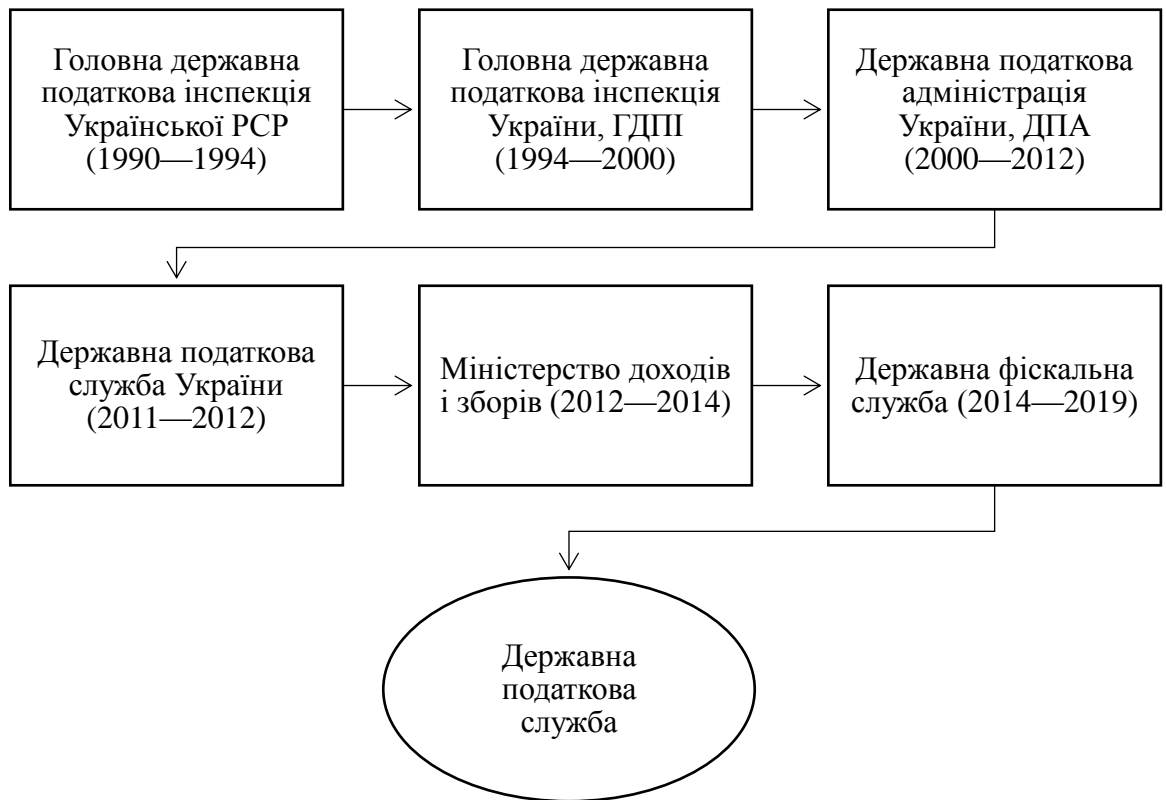


Рис. 2.1. Етапи створення сучасної державної податкової служби України

Джерело: складено на автором на підставі [26]

Державна податкова служба має офіційну символіку затверджену Указом президента України від 23 червня 2001 року №466/2001 «Про символіку державної податкової служби України» [66] (Додаток А). До основних елементів відносяться:

- емблема державної податкової служби України;
- прапор державної податкової служби України;
- штандарт Голови державної податкової адміністрації України.

Емблема державної податкової служби України являє собою коло зеленого кольору з жовтою облямівкою, в центрі якого розміщено зображення у вигляді жовтого кадучея у вінку з жовтого дубового листа.

Прапор державної податкової служби України являє собою прямокутне полотно білого кольору із співвідношенням сторін 2:3. У верхньому лівому куті полотна (крижі) розміщений Державний Прапор України, а в центрі вільної половини полотнища – емблема державної податкової служби України.

Штандарт Голови державної податкової адміністрації України являє собою квадратне полотно зеленого кольору із зображенням у центрі золотого кадуцея. По периметру полотнища облямовано золотою лиштвою у вигляді орнаменту з дубового листа і прикрашено золотою бахромою з вільних сторін.

Місія ДПС згідно наказу державної податкової служби України від 10 грудня 2019 року № 205 «Про затвердження місії та стратегічних цілей діяльності ДПС до 2022 року» [54] звучить як: «Ми є повністю прозорою, сучасною та технологічною податковою службою, яка надає якісні та зручні послуги платникам, ефективно адмініструє податки, збори та платежі і виявляє нетерпимість до корупції».

Стратегічні цілі ДПС:

- створення єдиної юридичної особи та ефективне управління діяльністю;
- ефективне адміністрування податків, зборів, платежів;
- формування іміджу ДПС як сервісної служби європейського зразка з високим рівнем довіри у суспільстві;
- протидія ухиленню від оподаткування шляхом запровадження міжнародних стандартів та вдосконалення аналітичних інструментів;
- формування кваліфікованої, ефективною та мотивованою команди.

Відповідно до розпорядження Кабінету Міністрів України від 21 серпня 2019 року № 682-р «Питання Державної податкової служби» [52] Головне управління ДПС у Запорізькій області розпочало виконання функцій і повноважень Головного управління ДФС у Запорізькій області.

На виконання поставлених завдань та обов'язків згідно з Положенням «Про Державну податкову службу» [56] Головне управління ДПС відповідно до Наказу ДПС «Про набори даних, які підлягають оприлюдненню (оновленню) у формі відкритих даних» [62] звітує щодо виконаної роботи за період календарного півріччя на офіційному сайті Державної податкової служби [38]. Результати діяльності Головного управління ДПС представлені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Результати діяльності Головного управління ДПС у Запорізькій області за II півріччя 2019-І півріччя 2020рр.

№ з/п	Назва податку/збору	Збір до бюджету (млн. грн.)		Відхилення
		II півріччя 2019р.	I півріччя 2020р.	
1	2	3	4	5
Державний бюджет				
1.	Податок на додану вартість	3 720,0	1 771,5	-1 948,5
2.	Податок на прибуток підприємств	840,6	388,2	-452,4
3.	Податок на доходи фізичних осіб (у тому числі військовий збір)	2 651,9	1 309,8	-1 342,1
4.	Акцизний податок	0,82	0,9	0,08
5.	Рентна плата за користування радіочастотним ресурсом України	0,4	0,6	0,2
6.	Рентна плата за спеціальне використання води	43,3	34,6	-8,7
7.	Рентна плата за користування надрами	84,9	57,1	-27,8
8.	Екологічний податок	60,8	66,9	6,1
9.	Сума	7 402,72	2 319,80	-5 082,92
Місцевий бюджет				
1.	Податок на прибуток підприємств	38,9	109,2	70,30
2.	Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки	24,0	41,7	17,70
3.	Плата за землю (юридичні особи)	294,7	361,7	67,00
4.	Плата за землю (фізичні особи)	1 133,1	423,8	-709,30
5.	Єдиний податок першої-третьої груп	1 369	661,9	-707,10

Продовження табл. 2.1

1	2	3	4	5
6.	Єдиний податок четвертої групи	163,5	92,4	-71,10
7.	Рентна плата за спеціальне використання води	35,4	34,6	-0,80
8.	Рентна плата за користування надрами	36,7	45,4	8,70
9.	Екологічний податок	55,8	57,1	1,30
10.	Рентна плата за спеціальне використання лісових ресурсів	0,32	0,12	-0,20
11.	Транспортний податок	2,5	2,1	-0,40
12.	Сума	3 153,92	1 830,02	-1 323,90
13.	Разом	10 556,64	4 149,82	X

Джерело: складено на автором на підставі [38]

Держава забезпечує достатній рівень оплати праці державних службовців для професійного виконання посадових обов'язків, заохочує їх до результативної, ефективної, добросовісної та ініціативної роботи [48]. Складові елементи заробітної плати представлені в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Склад заробітної плати працівників Державної податкової служби

№ п/п	Назва	Характеристика
1	2	3
1.	Посадовий оклад	Встановлюється відповідно до займаної посади державного службовця.
2.	Надбавка за вислугу років	В розмірі 3% посадового окладу державного службовця за кожний календарний рік стажу державної служби, але не більше 50% посадового окладу.
3.	Премії	Встановлення премій державним службовцям здійснюється керівником державної служби відповідно до затвердженого ним Положення про преміювання у відповідному державному органі, погодженого з виборним органом первинної профспілкової організації. Премія не може перевищувати 30% фонду посадового окладу державного службовця за рік.

Продовження таблиці 2.2

1	2	3
4.	Надбавки за ранг державного службовця або за спеціальні звання	Розмір надбавки за ранг державного службовця визначається Кабінетом Міністрів України під час затвердження схеми посадових окладів на посадах державної служби.
5.	Виплати за додаткове навантаження у зв'язку з виконанням обов'язків тимчасово відсутнього державного службовця	В розмірі 50% посадового окладу тимчасово відсутнього державного службовця.
6.	Надбавки за інтенсивність праці	Надбавка за інтенсивність праці встановлюються державним службовцям у відсотках до посадового окладу з урахуванням таких критеріїв: а) якість і складність підготовлених документів; б) терміновість виконання завдань, опрацювання та підготовки документів; в) ініціативність у роботі.
7.	Надбавки за виконання особливо важливої роботи	Надбавка за виконання особливо важливої роботи встановлюються державним службовцям у відсотках до посадового окладу з урахуванням таких критеріїв: а) виконання завдань та функцій щодо реалізації пріоритетних напрямів державної політики, участь у розробленні проектів нормативно-правових актів, проведення експертизи таких актів; б) виконання роботи, що вимагає від працівника особливої організаційно-виконавчої компетентності та відповідальності, результатом якої є підвищення ефективності управління.
8.	Надбавки за персональну кваліфікацію	Надбавки за персональну кваліфікацію встановлюються державним службовцям у відсотках до посадового окладу.
9.	Надбавки за виконання особистих ключових показників ефективності	Надбавка за виконання особистих ключових показників ефективності встановлюються державним службовцям у відсотках до посадового окладу.

Джерело: складено автором на підставі [48], [44]

В Державній податковій службі для мотивації працівників надаються різні заохочення державних службовців:

а) за бездоганну та ефективну державну службу, за особливі заслуги до державних службовців застосовують такі види заохочень:

- оголошення подяки;
- нагородження грамотою, почесною грамотою, іншими відомчими відзнаками державного органу;
- дострокове присвоєння рангу в порядку, визначеному цим Законом;
- представлення до нагородження урядовими відзнаками та відзначення урядовою нагородою (вітальний лист, подяка, почесна грамота);
- представлення до відзначення державними нагородами.

б) заохочення до державних службовців, які займають посади категорій «Б» і «В», застосовуються керівником державної служби, а щодо державних службовців, які займають посади категорії «А», – суб'єктом призначення [48].

У структурі податкової служби області на правах відокремлених підрозділів створено Олександрівське управління у м. Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області, яке виконує повноваження Головного управління ДПС на території Олександрівського, Шевченківського та Комунарського районів міста Запоріжжя.

Олександрівське управління у місті Запоріжжі знаходиться за адресою: 69063, Запорізька область, місто Запоріжжя, Олександрівський район, вулиця Дніпровська, будинок 34.

Олександрівське управління у місті Запоріжжі складається з восьми відділів (секторів) та податкової інспекції та підпорядковується начальнику управління (рис. 2.3).

В свою чергу кожен відділ чи сектор входить до організаційної структури Головного управління ДПС у Запорізькій області, тобто відділ податків та зборів з юридичних осіб підпорядковується, окрім начальника Олександрівського управління, начальнику управління податкового адміністрування. Але в даному випадку значимість має безпосередній керівник, який несе відповідальність за виконання завдань даним відділом в Олександрівському управлінні.

Кожен сектор чи відділ виконує задачі відповідно до функцій, визначених Положенням «Про Державну податкову службу» [56].

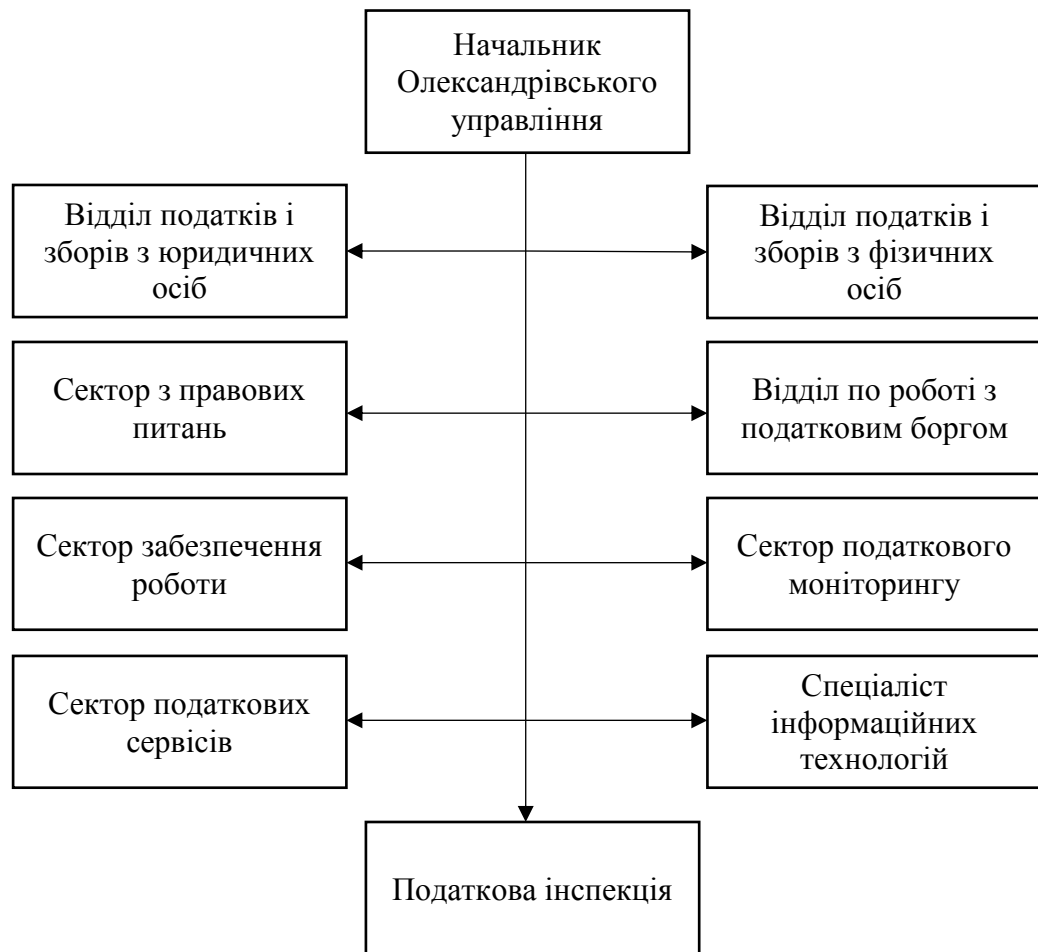


Рис. 2.2 Організаційна структура Олександрівського управління у місті Запоріжжі

Основним завданням відділу податків і зборів з юридичних осіб та відділу податків та зборів з фізичних осіб є адміністрування податків, зборів та обов'язкових платежів, справляння яких покладено на контролюючі органи відповідно до чинного законодавства України. Під адмініструванням мається на увазі процес та результат прийняття рішень щодо контролю над здійснення процесу оподаткування суб'єктами господарювання.

Серед способів адміністрування Олександрівського управління при реалізації державної податкової політики є:

- контроль за повнотою та своєчасністю нарахування та сплати податкових зобов'язань;
- прогнозування майбутніх надходжень до зведеного бюджету держави;
- застосування штрафних санкцій за порушення норм податкового законодавства;
- аналіз та руйнування можливих схем ухилення від оподаткування;
- перевірка реальності господарських операцій платників податків;
- проведення планових документальних перевірок та перевірок за зверненням платників;
- контроль щодо погашення податкового боргу та недопущення втрат бюджету.

Працівники управління координують та надають рекомендації щодо визначення та сплати своїх податкових зобов'язань платникам податків юридичним та фізичним особам шляхом надання консультацій за письмовими запитами чи в телефонному режимі.

Олександрівське управління у місті Запоріжжі адмініструє податки, збори, єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування та інших платежів відповідно до Податкового Кодексу України [44].

Олександрівське управління адмініструє:

- а) загальнодержавні податки:
 - податок на прибуток підприємств;
 - податок на доходи фізичних осіб;
 - податок на додану вартість;
 - акцизний податок;
 - екологічний податок;
 - рентна плата.
- б) загальнодержавні збори:
 - військовий збір.

в) місцеві податки:

- податок на майно;
- єдиний податок.

г) місцеві збори:

- збір за місця для паркування транспортних засобів;
- туристичний збір.

д) єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування.

Відділ по роботі з податковим боргом виконує наступні завдання:

- забезпечує проведення платежів з погашення податкового боргу;
- надає довідки за заявою платників щодо відсутності чи наявності податкового боргу;
- направляє податкові вимоги платникам податків для погашення сформованих сум недоїмки та пені;
- проводять ініціювання судових процесів з банкрутства;
- застосовує адміністративний арешт майна зазначеного як податкова застава.

Сектор податкових сервісів проводить облік платників податків, видає електронні ключі платників податків, надає технічну підпримку, адмініструє бази даних Державної податкової служби.

Сектор з правових питань виконує функції з супроводу судових справ та захист інтересів Олександрівського управління у місті Запоріжжі у суді.

Податкова інспекція Олександрівського управління надає послуги платникам податків, серед яких є:

- видача індивідуального реєстраційного номеру облікової картки платника податків;
- реєстрація громадян в якості фізичних-осіб підприємців;
- приймання податкової звітності суб'єктів господарської діяльності;

- реєстрація реєстратора розрахункових операцій, книг обліку доходів та витрат, розрахункових книжок, книг обліку розрахункових операцій;
- видача довідок щодо відсутності заборгованості;
- реєстрація в якості платника єдиного податку;
- видача та анулювання ліцензій та патентів;
- реєстрація, перереєстрація чи анулювання в якості платника податку на додану вартість.

Під час виконання завдань Олександрівське управління у місті Запоріжжя взаємодіє в установленому порядку з іншими державними органами, допоміжними органами і службами, утвореними Президентом України, тимчасовими консультативними, дорадчими та іншими допоміжними органами, утвореними Кабінетом Міністрів України, органами місцевого самоврядування, об'єднаннями громадян, громадськими спілками, профспілками та організаціями роботодавців, відповідними органами іноземних держав і міжнародних організацій, а також підприємствами, установами, організаціями [56].

Так як основними задачами які стоять перед податківцями є надання консультацій та сприяння повному та своєчасному відображенню податкових зобов'язань платників податків відповідно до законодавства України необхідно відміти роботу з місцевими ЗМІ. Працівники ДПС роз'яснюють загальні положення податкового законодавства та надавались відповіді на актуальні питання платників податків. Треба звернути увагу, що на офіційних сайтах територіальних органах ДПС знаходиться віртуальний медіа-центр, де містяться місцеві новини, інформація про публічні заходи та реагування на критику.

За даними офіційного сайту територіального органу ДПС у Запорізькій області [40] за 2019 рік було проведено низку заходів з населенням:

а) тренінг для учасників бізнес-хабу, заснованого обласним союзом промисловців, підприємців (роботодавців) "Потенціал" та обласним центром зайнятості;

б) податковий семінар: запорізьким освітянам – про оподаткування профспілок;

в) тренінг для підприємців-початківців зі сприяння розвитку підприємництва в Запорізькій області;

г) роз'яснення для запорізьких підприємців щодо нововведення законів про РРО на засідання ради підприємців Запорізького обласного союзу промисловців і підприємців (роботодавців) «Потенціал»;

д) семінар, присвячений останнім змінам у системі державного нагляду та контролю відповідно до Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності».

Отже, Олександрівське управління у місті Запоріжжя – це територіальний орган Державної податкової служби, який реалізує державну політику з адміністрування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, державну політику у сфері боротьби з правопорушеннями під час застосування податкового законодавства. Діяльність управління спрямована на ефективну роботу з платниками податків та створення умов для своєчасного наповнення державного та місцевих бюджетів.

2.2 Оцінка складових зовнішнього та внутрішнього іміджу державного органу влади

Для організації розвитку державної податкової служби затверджено стратегічні цілі діяльності ДПС до 2022 року наказом ДПС України № 205

від 10.12.2019р. [54] в якому вперше висвітлено першочерговість формування іміджу ДПС як сервісної служби європейського зразка з високим рівнем довіри у суспільства. Для досягнення даної цілі розроблено шляхи створення іміджу:

- заохочення до добровільної сплати податків;
- впровадження зручних та доступних сервісів для платників;
- забезпечує якісного та швидкого консультування платників;
- удосконалення системи зворотного зв'язку з платниками;
- впровадження програмних РРО;
- ребрединг та вдосконалення зовнішніх комунікацій;
- удосконалення процедури адміністративного оскарження [54].

Для створення та підтримки іміджу в організації створено спеціальну комісію, головною ціллю якої досягнення стратегічних цілей діяльності ДПС до 2022 року.

Для оцінки іміджу державного органу влади необхідно оцінити окремо елементи структури іміджу (внутрішнього та зовнішнього), за результатами аналізу отриманих даних визначити загальний рівень іміджу організації. Середня загальна оцінка компонентів формує реальний рівень іміджу державного органу влади, так як реакція громадськості є досить еластичною. Тобто вона є рушійною силою визначення ступеня впливу задоволення суспільства від ефективного виконання основної ролі покладеної на певний орган влади, в першу чергу реалізацію державної політики.

Основною контактною групою, яка за рахунок якої формується зовнішній імідж є користувачі послуг, а саме платники податків.

В першу чергу Державна податкова служба налагоджує контакт з платниками за допомогою електронних засобів комунікацій. Для ідентифікації даних засобів комунікацій проаналізуємо офіційний сайт Державної податкової служби [38].

Для ведення офіційного сайту та надання у встановленому законодавством порядку публічної інформації створено відділ пресслужби, інформаційної політики та адміністрування субсайту організаційно-розпорядчого управління ДПС України.

Офіційний сайт ДПС містить декілька головних вкладок-розділів серед яких «Медіа-центр» [38]. В свою чергу дана вкладка містить дані, з яких платники можуть дізнатись про останні новини податкової служби, результати антикорупційної діяльності, вітання та промови очільників ДПС, інформацію зі ЗМІ, презентаційні матеріали і так далі.

Для інформування громадян щодо останніх змін в законодавстві та надання онлайн консультацій на базі інформаційно-довідкового департаменту ДПС створено Загальнодоступний інформаційно-довідковий ресурс (ЗІР) [24].

Також державний орган влади використовує засоби друкованої комунікації офіційне видання ДПС «Вісник. Офіційно про податки». В ньому міститься інформація про оподаткування, а саме: новини, репортажі, інтерв'ю зі знаковими особистостями податкової сфери, поточні огляди індивідуальних податкових консультацій, консультації та коментарі посадових осіб податкових та інших контролюючих органів, точки зору провідних податкових експертів, статті про сплату податків, довідкову інформацію [39].

Широку практику отримало видавництво дитячих книжок про податки, а також було створено мультиплікаційний фільм «Країна мрій», за допомогою яких виховується податкова відповідальність.

Працівники ДПС на регулярній основі проводять заходи з підприємцями для консультацій, також надають місця для практики і стажування студентам вищих навчальних закладів (ВНЗ) економічних спеціальностей [13].

Для отримання зворотного зв'язку з громадянами створено сервіс «Пульс» [38], метою якого є приймання звернень громадян та суб'єктів

господарювання щодо неправомірних дій та бездіяльності, можливі корупційні правопорушення у сфері службової діяльності з боку конкретних посадових осіб структурних підрозділів ДПС та її територіальних органів. Інформація, що надійшла від платників повідомляється спеціально створеній комісії невідкладно або протягом 3 робочих днів. Якщо інформація потребує додаткового розгляду, то загальний термін її опрацювання може бути подовжено.

За офіційними даними ДПС України [38] за період квітень-вересень 2020р. надійшло 2023 звернень від платників податків (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Звернення платників податків до сервісу «Пульс»

	Квітень 2020р.	Травень 2020р.	Червень 2020р.	Липень 2020р.	Серпень 2020р.	Вересень 2020р.
1	2	3	4	5	6	7
Надійшло звернень	329	365	403	445	371	444
Завершено розгляд	322	331	390	459	359	450
Знаходяться на розгляді	30	55	68	68	69	60

Джерело: складено на автором на підставі [38]

Проаналізуючи дані таблиці, кількість звернень, що знаходяться на розгляді ДПС у відсотковому значенні до кількості звернень по яким завершено розгляд в загальному становить 13,2%. Це свідчить, що в податковій службі створено механізм швидкого реагування на скарги платників податків та існує ефективна система зворотного зв'язку з громадянами.

Працівники ДПС несуть персональну відповідальність за підготовку, передачу, актуальність, достовірність та оновлення інформації для наборів даних, які підлягають оприлюдненню у формі відкритих даних. ДПС інформує громадян щодо результатів проведеної діяльності, надає реєстр електронних форм податкових документів, перелік типів об'єктів

оподаткування та інші дані згідно до наказу ДПС України № 181 від 25.11.2019р. «Про набори даних, які підлягають оприлюдненню (оновленню) у формі відкритих даних» [62]. Тобто в податковій службі сумлінно працюють для забезпечення громадян необхідною інформацією для введення розрахунків з бюджетом [74].

Окрім зв'язку з громадянами за допомогою електронних засобів не менш важливого значення набуває безпосереднє спілкування з платниками, так як під час діалогу з державним службовцем справляється загальне враження щодо роботи всієї владної структури. Тому при формуванні зовнішнього іміджу державного органу влади важливим елементом є безпосередній зв'язок між працівниками ДПС та платниками податків (роз'яснення законодавства, надання консультацій, послуг та інше).

Під час виконання службових обов'язків співробітники податкової служби керуються «Загальними правилами етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування» [52] та «Правилами етичної поведінки в органах Державної податкової служби» [58], так як поведінка державних службовців має забезпечувати довіру суспільства до державної служби.

В Державній податковій службі діють правила дресс-коду, яких працівники сумлінно дотримуються після відміни форменого одягу з відповідними знаками розрізнення. Також працівники дотримуються власних посадових обов'язків визначених у посадових інструкціях кожного співробітника.

Олександрівське управління у місті Запоріжжі ГУ ДПС у Запорізькій області знаходиться у історичній будівлі місцевого значення за адресою: місто Запоріжжя, вулиця Дніпровська, будинок 34. У 1889 році міською управою міста Олександрівська було прийнято рішення про будівництво єврейського ремісничого училища. Робота над зведенням якого завершилась

у 1904 році [80]. Тому зовнішній вигляд Олександрівського управління непримітний, так як заборонено проводити реконструкцію будівлі. Кабінети для співробітників невеликі, з новим ремонтом. Для платників податків в холі розміщені інформаційні дошки, які допомагають орієнтуватись в світі податків. Тому в цілому екстер'єр та інтер'єр мають нейтральний вплив на враження платників податків.

Вважаємо, для оцінки внутрішнього іміджу організації необхідно провести аналіз таких компонентів:

- оцінка іміджу керівника і системи управління;
- аналіз психологічного клімату організації;
- аналіз корпоративної культури.

Розглянемо першу складову – імідж керівника і системи управління. Начальник Олександрівського управління у м. Запоріжжі відповідає вимогам до керівника, так як має вищу освіту, лідерські якості та стаж роботи на подібних посадах. Керівник дотримується офіційно-ділового стилю одягу, спілкується виключно державною мовою.

Кабінет начальника оформлений в світлих заспокійливих тонах, знаходиться в зручному розташуванні як для співробітників, так і для користувачів послуг. Також в розпорядженні керівника Олександрівського управління є приймальня з секретарем, який координує відвідувачів та займається діловодством.

Наступною складовою оцінки внутрішнього іміджу є аналіз психологічного клімату в організації. Вважаємо за необхідне зауважити, що настрої в колективі досить позитивний. Задоволеність роботою залежить від кількості обов'язків, та понаднормових годин праці. Кожен працівник займається окремим податком, але за розпорядженням керівництва інспектор допомагає колегам щодо вирішення питань з інших податків, що додає компетентності співробітникам.

Для підтримки неформального спілкування між співробітниками в позаробочий час в організації разом святкують визначні свята. З врахуванням значної ролі працівників державної податкової служби України в реалізації державної податкової політики кожного року 2 липня відзначають професійне свято – День працівника державної податкової служби України, який зміцнює зв'язок не лише між інспекторами, а й між керівництвом.

Для захисту інтересів співробітників створено Всеукраїнська професійна спілка працівників органів державної податкової служби. Організація надає квитки на різні заходи відпочинку за спеціальною ціною, вітає працівників та їх дітей з Днем Народження та іншими святами. Вступ до профспілки є добровільним.

Для зручності пересування працівників до місця роботи організовано спеціальні автобуси, що курсують до віддалених районів міста. Особливо це стало актуальним під час обмеження руху міського транспорту під час спалаху пандемії коронавірусної хвороби COVID-2019.

Дослідження Олександрівського управління в місті Запоріжжі ГУ ДПС у Запорізькій області було проведено експертним методом. Саме експертний метод є одним з найдавніших наукових методів, він дозволяє отримати об'єктивну оцінку на основі певної сукупності індивідуальних думок експертів, людей, яким довірено висловити свою думку. Було сформовано спеціальну групу експертів серед співробітників Олександрівського управління у м. Запоріжжі, які відповідали на питання за допомогою розробленої анкети (Додаток Б) До групи респондентів ввійшли:

- головні державні ревізори-інспектори – 5 чоловік;
- старші державні ревізори-інспектори – 2 чоловік.

Розглянемо складові зовнішнього іміджу при оцінці Олександрівського управління у місті Запоріжжя.

Показниками зовнішнього іміджу є:

- а) діловий імідж;
- б) споживчий імідж;
- в) держструктурний імідж;
- г) громадський імідж.

Діловий імідж оцінюється респондентами за такими критеріями: ділова репутація (сумлінність), надійність, інформаційна скритність, ділова активність, що в свою чергу надає характеристику відношенню людей організації як учасника економічного процесу України.

Наступний показник зовнішнього іміджу є споживчий імідж. Даний показник оцінюється за такими критеріями як: лояльність споживачів (платників податків), психографія, статус організації. Дані фактори представляють безпосереднє ставлення до організації та виконанної роботи як державного органу влади.

Держструктурний імідж характеризує роль та впливовість організації. Оцінюється респондентами за такими критеріями: значимість послуг організації для регіону, виконання організацією державних і регіональних законів, кількість робочих місць, що пропонується для мешканців регіону.

Громадський імідж відповідає за оцінку позиціонування державного органу влади перед споживачами, тобто відслідковується рівень розуміння та довіри в суспільстві. Даний імідж оцінюється за критеріями: уявлення широкої громадськості про соціальні цілі організації, роль організації в економічному, соціальному та культурному житті суспільства.

Результати експертної оцінки внесені в таблиці та проаналізовані з урахуванням наступної шкали щодо рейтингу:

- високий – більше 2,3;
- середній – 2,2-1,6 бали;
- менше 1,6 – низький.

Результат дослідження зовнішнього іміджу організації наведено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Результати дослідження зовнішнього іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі ГУ ДПС у Запорізькій області

Показники	Бальна оцінка
1	2
1.діловий імідж	
ділова репутація/сумлінність	3
надійність	3
інформаційна скритність	3
ділова активність	2
Діловий рейтинг	2,75
2.споживчий імідж	
лояльність споживачів (платників податків);	1
психографія	2
статус	3
дохід	2
Споживчий рейтинг:	2
3.держструктурний імідж	
значимість послуг організації для регіону	3
виконання організацією державних і регіональних законів	3
кількість робочих місць, що пропонується для мешканців регіону	3
Держструктурний рейтинг	3
4.громадський імідж	
уявлення широкої громадськості про соціальні цілі організації	1
роль організації в економічному, соціальному та культурному житті суспільства.	3
Громадський рейтинг	2
Зовнішній рейтинг	2,43

Аналізуючи табл. 2.4 зазначимо, що діловий рейтинг має оцінку 2,75 бала; споживчий – 2 бала; держструктурний – 3 бала; громадський – 2 бала. Виходячи з цього робимо висновок, що організації слід звернути увагу по меншій мірі на імідж споживчий та громадський імідж. Адже саме ці складові знаходяться на середньому рівні (<2,3). Держструктурний та

діловий імідж мають високу оцінку, що свідчить про високий рівень роботи в даній сфері.

Наступним етапом дослідження за рахунок експертної оцінки є аналіз внутрішнього іміджу Олександрівського управління.

Складові внутрішнього іміджу є:

а) престижний імідж:

- імідж керівників;

- імідж персоналу;

б) організаційний імідж;

- культурний імідж;

- соціально-психологічний імідж.

Престижний імідж являє собою сукупність уявлень щодо рівня авторитету та поваги державних службовців як преставників Державної податкової служби всередині колективу. Даний імідж розріділяються на імідж керівників та персоналу та в загальному характеризується за такими факторами як культура, компетентність, поведінка (детально наведені в таблиці 2.5).

Організаційний імідж відображає оцінку культурного іміджу співробітників (етика, дрес-код,

Результат дослідження внутрішнього іміджу організації наведено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Результати дослідження внутрішнього іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі ГУ ДПС у Запорізькій області

Показники	Бальна оцінка
1	2
1. престижний імідж	
1.1. імідж керівників	

Продовження табл. 2.5

1	2
безпосередній аспект (вигляд кабінету)	3
опосередкований аспект (предмети користування)	3
вербальний аспект (манера спілкування та правопису)	3
кінетичний аспект (жести, міміка і тілорухи)	3
габітарний аспект (зовнішній вигляд)	3
ментальний аспект (поведінка, соціальні стереотипи)	3
фоновий аспект (образ у засобах масової інформації)	2
Рейтинг керівників	2,85
1.2. імідж персоналу	
компетентність	3
культура	3
соціально-демографічні характеристики	2
Рейтинг персоналу	2,6
Престижний рейтинг	2,73
2. організаційний імідж	
2.1. культурний імідж	
корпоративна культура	3
традиції	1
дизайн приміщень	1
дрес-код	3
фірмова символіка	3
етика	3
Культурний рейтинг	2,3
2.2. соціально-психологічний імідж	
рівень конфліктності	1
настрій колективу	2
задоволеність роботою та умовами праці	2
соціально-психологічний рейтинг	2
Соціально-психологічний рейтинг	1,8
Організаційний рейтинг	2,05
Внутрішній рейтинг	2,39

Аналізуючи основні складові внутрішнього іміджу слід зазначити, що престижний імідж, який складається з іміджу керівників та іміджу персоналу має оцінку – 2,73 бали; організаційний імідж, який складається з культурного та соціально-психологічного іміджу має оцінку – 2,05 бали. Варто сказати, що перший показник має високу оцінку, другий – середню оцінку, однак їм також слід приділяти достатню увагу, аби підтримувати їх на певному рівні, та поліпшувати.

Проведений аналіз показав, що загальний показник зовнішнього рейтингу Олександрівського управління у місті Запоріжжі ГУ ДПС у Запорізькій області склав 2,43 бали. Загальний показник внутрішнього рейтингу організації становить 2,39 бали. Загальний показник рейтингу територіального органу на правах відокремленого управління Головного управління ДПС у Запорізькій області склав 2,41 бали, що відповідає доброму стану даного показника (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Результати дослідження іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі ГУ ДПС у Запорізькій області

Результат	Бальна оцінка
1	2
Зовнішній рейтинг	2,43
Внутрішній рейтинг	2,39
Загальний рейтинг	2,41
Імідж	високий

Отже, формування, підтримання та розвиток іміджу потребує виваженої, ґрунтовної, контрольованої діяльності щодо створення, закріплення та посилення позитивної громадської думки про організацію. В даному дослідженні була застосована методика експертних оцінок за рахунок проведення анкетування співробітників Олександрівського управління

Головного управління Державної податкової служби у Запорізькій області. Перевагами запропонованої методики є її універсальність, так як дана методика дозволяє врахувати думку кожного фахівця. Оцінка іміджу Олександрівського управління здійснювалась за допомогою оцінки його елементів, які ранжуються за своєю значущістю, що значно підвищило об'єктивність цієї методики. Одержані дані в таблицях дозволяють зробити висновок про те, які конкретно сфери діяльності, що впливають на імідж та вимагають удосконалення. Олександрівське управління у місті Запоріжжі в цілому отримало високу оцінку загального іміджу, який складається з оцінки внутрішнього та зовнішнього рейтингу.

2.3 Аналіз впливу професійної поведінки ревізорів як державних службовців на формування іміджу державного органу влади

В сучасних умовах розвитку України в діяльності державних податкових органів України все більшу роль відіграє людський фактор при формуванні позитивного іміджу. Виконання податковими органами зростаючої кількості функцій та процедур в умовах безпосереднього контакту з користувачами послуг потребує злагодженої, командної роботи десятків фахівців. Це вимагає єдиних методологічних підходів у роботі, високого рівня професійної поведінки кожного працівника.

Для неупередженого здійснення повноважень ревізори повинні поводити себе професійно у будь-який час і при виконанні своїх службових обов'язків суворо дотримуватися професійних вимог.

Так як питання етики в державних органах влади носить регулюючий характер в сучасному українському суспільстві, то в Україні затверджено законодавчо-нормативними актами загальні правила етичної поведінки для державних службовців на всіх рівнях.

Одним з фундаментальних обов'язків ревізорів як державних службовців є відданість та вірне служіння Українському народові.

Під час проходження служби співробітники ДПС повині неухильно дотримуватись професійної дисципліни шляхом додержання Присяги державного службовця, сумлінно виконувати службові обов'язки та правила внутрішнього розпорядку.

При вступі на посаду державної служби громадянин України набуває статусу державного службовця з дня публічного складення нею Присяги державного службовця.

Особа, призначена на посаду державної служби в органах Державної подакової служби виголошує Присягу державного службовця у присутності державних службовців структурного підрозділу, на посаду в якому її призначено, представників служби управління персоналом відповідного державного органу, підписує текст цієї Присяги і зазначає дату її складення.

Підписаний текст Присяги державного службовця є складовою особою справи державного службовця. Про складення Присяги державного службовця робиться запис у трудовій книжці державного службовця [48]. Текст присяги представлений в Додатку В.

Співробітники Олександрівського управління, розуміючи свій статус державного службовця та діючи відповідно до складеної присяги служіння Українському народові ставить перед собою ціль:

- демонструвати етичну поведінку при спілкуванні з керівництвом, колегами та користувачами послуг;
- діяти в інтересах держави та відстоювати національні інтереси, утворюючи базові суспільні цінності;

- підпорядковувати власні інтереси суспільним вимогам та інтересам і державним пріоритетам;

- професійно виконувати службові обов'язків згідно з Конституцією України [31], законами України, іншими нормативно-правовими актами.

Так як питання етики державного службовця є дуже важливим під час приходження служби, то для кожної галузі державної служби існує свій кодекс етики, який відповідає специфіці роботи державного службовця. Норми професійної службової поведінки для працівників Державної податкової служби України закріплена Наказом ДПС України «Про затвердження Правил етичної поведінки в органах Державної податкової служби» [58]. Основне положення, що сприяє формуванню позитивного іміджу звучить як: «працівники мають дбати про авторитет державної служби, а також про позитивну репутацію ДПС, що включає дотримання правил етикету, належного зовнішнього вигляду, забезпечення високої якості роботи, встановленого внутрішнього службового розпорядку».

При прийнятті на роботу до ДПС кожен працівник ознайомлюється зі змістом Правил етичної поведінки в органах ДПС та підписує відповідне повідомлення встановленої форми, яке долучається до особової справи працівника.

Головне управління ДПС у Запорізькій області прицільно слідкує за рівнем знань та дотриманням співробітниками організації Правил етичної поведінки в органах ДПС. Оцінка державних службовців проводиться безпосереднім методом оцінювання стану кваліфікації в розрізі законодавства щодо етичних норм в податкових органах працівниками Управління кадрового забезпечення та розвитку персоналу Головного управління ДПС у Запорізькій області за розпорядженням начальника Головного управління ДПС у Запорізькій області у формі анкетного опитування. Державним службовцям пропонується відповісти на запитання анкети: яка основна мета діяльності працівників ДПС, які дії мають забезпечувати довіру суспільства

до ДПС, як повинні виконувати свої посадові обов'язки працівники ДПС тощо. Акта опитування представлена в Додатку Г. На основі отриманої інформації оцінюються освітні потреби і розробляються навчальні програми й окремі курси.

В Олександрівському управлінні у місті Запоріжжі необхідні тренінги щодо підвищення знань щодо питань етичної поведінки державними службовцями проводяться співробітниками Управління кадрового забезпечення та розвитку персоналу та організаційно-розпорядчого управління Головного управління ДПС у Запорізькій області.

Також окрім додержання правил етичних норм професійну поведінку працівників Державної податкової служби формують сумліне виконання вимог Конституції України [48], Закону України «Про запобігання корупції» [50], Закону України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні» [51], Закону України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок та чоловіків» [49].

Працівники Олександрівського управління не приховують від громадян інформацію, яка згідно з нормативно-правовими актами може або повинна бути розповсюджена належним чином, умисно не затримують її, не надають недостовірну чи неповну інформацію. Працівники завжди обґрунтовують та роз'яснювати прийняті ним рішення при запитах безпосереднього керівництва чи платників податку.

Державні службовці усвідомлюють, що державна посада є виявом довіри народу. Проходження державної служби в органах державної податкової служби несумісне з корумпованістю і хабарництвом.

Співробітники Олександрівського управління під час проходження служби не приймають подарунки чи інші види вигод від третіх осіб в будь-якій формі. Державні службовці слідкують за поведінкою платників податків під час особистих зустрічей при проведенні бесід, не надають підстав для отримання винагороду собі або іншим особам.

Також важливим елементом професійної поведінки виступає дотримання професійної таємниці. Працівники Олександрівського управління не надають третім особам відомості, отримані під час виконання службових обов'язків. Працівники не використовують свої службові повноваження або своє становище та пов'язані з цим можливості з метою одержання неправомірної вигоди для себе чи інших осіб, у тому числі використовувати будь-яке державне чи комунальне майно або кошти в приватних інтересах.

Співробітники Олександрівського управління не рідше чим двічі на рік проходять анонімне опитування щодо:

- існування фактів проявів корупції;
- приниження людської гідності;
- гендерного, релігійного, політичного чи інших проявів переслідування.

При оцінці професійної поведінки необхідно врахувати загальний рівень компетенції працівників податкової служби. Від рівня освітченості ревізорів залежить якість та оперативність виконуваних поставлених задач, налагодженість роботи в відділі та задоволеність платників податків від отриманих послуг.

Співробітники Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області вживають всіх заходів для того, щоб знання, навички та досвід відповідали встановленим до посади вимогам. Працівники постійно розвивають свої навички, ознайомлюються зі змінами в законодавстві, застосовують чинні стандарти, політику і процедури контролю, бухгалтерського обліку та управління фінансами, що регулюють діяльність підконтрольного суб'єкта.

Взаємовідносини між державними службовцями і споживачами послуг мають багато форм і методів здійснення, окрім безпосереднього надання консультацій. Складовою професійної поведінки працівників державної

служби є своєчасне реагування на звернення громадян, правильне оформлення відповідей на письмові звернення, а також знання державної мови України та вміння користуватися на високому професійному рівні.

Під час надання відповідей на письмовий запит платника податків співробітники Олександрівського управління у місті Запоріжжя дотримуються законодавчих норм, що регулюють це питання, а саме Податковий кодекс України [44] та Закон України «Про звернення громадян» [61], що підтвержує професійну поведінку державних службовців під час виконання поставлених на контролюючі органи завдань.

На базі Олександрівського управління у місті Запоріжжя було здійснено дослідження методом спостереження за моделлю поведінки співробітників відділу податків та зборів з фізичних осіб. До групи дослідження ввійшли:

- головні державні ревізори-інспектори – 5 чоловік;
- старші державні ревізори-інспектори – 2 чоловік.

Результати спостереження представлені в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Професійна модель поведінки працівників Олександрівського управління у місті Запоріжжя Головного управління ДПС у Запорізькій області

№ з/п	Риси характеру працівників податкового органу	Типові прояви поведінки працівників податкових органів у спілкуванні з платниками податків
1	2	3
1.	Ввічливість	<ul style="list-style-type: none"> - не вживають жаргонних слів і виразів; - уникають різкості у словах, у тоні, у жестах; - висловлюють захоплення знаннями платника податків законодавства щодо нарахування та сплати податків. - враховують реакцію платника податків на приведену інформацію - спілкування з відвідувачем закінчують подякою за відведений час тощо.

Продовження табл. 2.7

1	2	3
2.	Тактовність	<ul style="list-style-type: none"> - говорять стисло і лаконічно, завжди аргументувати свою відповідь; - підтримують впевненість у своїй компетентності і в компетентності своїх колег; - надають перевагу діалогу з платником податків, а не монологу для найбільш точного усвідоблення причини звернення; - звертаючись до конкретного відвідувача, не враховують його стать, вік, зовнішній вигляд, манеру спілкування тощо, однаково проявляють повагу до всіх платників податків.
3.	Ввічливість	<ul style="list-style-type: none"> - розпочинають розмову тільки в тиші із зрозумілого і чіткого звертання; - говорять чітко, не швидко і не монотонно; - уважно стежать за відвідувачем організації, який слухає тощо.
4.	Конфіденційність	<ul style="list-style-type: none"> - дотримуються комерційної та службової таємниці; - неухильно виконують встановлені законодавством вимоги щодо використання інформації, отриманої під час виконання службових обов'язків.
5.	Стриманість	<ul style="list-style-type: none"> - надають платникові податків змогу подискутувати, поділитись своєю точкою зору; - не вступають в конфлікт, пояснюють процедури Державної податкової служби та роз'яснюють законодавство України платникам; - не залучають до суперечки третю особу, окрім безпосереднього керівника для вирішення конфлікту.
6.	Компетентність	<ul style="list-style-type: none"> - слідує податковому та іншому законодавству, що регулює діяльність Державної податкової служби при виконанні службових обов'язків; - надають роз'яснення податкового законодавства платникам податків за письмовим чи усним зверненням;

Джерело : складено автором

Для оцінки рівня дотримання відповідної професійної поведінки працівників Олександрівського управління як державних службовців було проведено опитування у вигляді анкетування відвідувачів (платників податків), за якими також визначено важливість для податківця рис характеру.

Результати експертної оцінки внесені в таблиці та проаналізовані з урахуванням наступної шкали щодо рейтингу:

- високий – більше 2,3;
- середній – 2,2-1,6 бали;
- менше 1,6 – низький.

Оцінка платників податків представлена в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

**Оцінка дотримання відповідної професійної поведінки працівників
Олександрівського управління**

№ з/п	Риси характеру працівників податкового органу	Рівень впливу	Оцінка
1	2	3	4
1.	Ввічливість	2	2
2.	Тактовність	4	2
3.	Врівноваженість	3	2
4.	Конфіденційність	6	3
5.	Стриманість	5	2
6.	Компетентність	1	3

За даними таблиці 2.8 можемо сказати, що найбільший вплив на платників при формуванні іміджу державного службовця мають компетентність, ввічливість та врівноваженість.

Для цілей аналізу рівня впливу відповідно до оцінки споживачів послуг розташуємо риси характеру працівників відповідно за ступенем впливу (табл. 2.9). Зауважимо, що в ідеалі, що критерії з найбільшим впливом мають

майти найбільшу оцінку серед платників податків, за рахунок чого помітно зросте імідж державних службовців.

Таблиця 2.9

Оцінка дотримання відповідної професійної поведінки відповідно до рівня впливу працівників Олександрівського управління

№ з/п	Риси характеру працівників податкового органу	Рівень впливу	Оцінка
1	2	3	4
1.	Компетентність	1	3
2.	Ввічливість	2	2
3.	Ввічливість	3	2
4.	Тактовність	4	2
5.	Стриманість	5	2
6.	Конфіденційність	6	3
Оцінка поведінки			2,3

За даними аналізу поведінки працівників Олександрівського управління у місті Запоріжжя Головного управління ДПС у Запорізькій області можемо ствержувати високий рівень компетенції, що високо оцінюється платниками податків. Також підтверджуємо, що конфіденційність має високу оцінку, але прихильність до неї не є значною серед відвідувачів державного органу влади. Тобто, можемо зробити висновок про невідповідність бажаного результату відповідності високого рейтингу найпливовіших рис, тому для досягнення даного завдання необхідно проводити заходи щодо особистого розвитку працівників та управління емоціями при спілкуванні з представниками бізнесу.

Відповідно до даного оцінювання платників податків можемо підтвердити, що працівники при спілкуванні з платниками податків (переважно при наданні консультацій) ставляться з повагою до громадянина, не враховуючи його стать, вік, зовнішній вигляд, манеру спілкування тощо. Державні службовці однаково проявляють повагу до всіх платників податків, незважаючи від статусу, (фізична особа, фізична особа суб'єкт

господарської діяльності, юридична особа), стану (платник за основним місцем обліку, визнаний бакрутом, умовний платник тощо). Атмосфера доброзичливості, поваги до людей панує у кожному відділі. Професійна поведінка співробітників Олександрівського управління у місті Запоріжжі включає уважне, зацікавлене ставлення до потреб і запитів населення. Під час виконання службових обов'язків ревізори проявляють професіоналізм, дбають про репутацію Державної податкової служби, таким чином формуючи позитивний імідж Олександрівського управління в місті Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області серед платників податків.

Отже, професійна поведінка ревізора як державного службовця відіграє важливу роль при створенні позитивного іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжя. Так, як основними компонентами професійної поведінки державного службовця є дотримання правил етичної поведінки, слідування Законам України з питань оподаткування та іншим нормативно-правовим актам, якими керуються працівники контролюючого органу при виконанні службових обов'язків, прояв компетенції, тактовності та стриманості під час спілкування з керівництвом, колегами та платниками податків.

Висновки до розділу 2

Надано характеристику діяльності державного органу влади на прикладі Олександрівського управління у місті Запоріжжя Головного управління ДПС у Запорізькій області. Визначено основні цілі, мету та стратегію розвитку організації. Описано історію становлення Державної податкової служби та офіційну символіку. Розглянуто склад заробітної

плати державних службовців при виконанні державних завдань. Визначено організаційну структуру та функції основних елементів управління, а також розподіл обов'язків в організації.

Проведено оцінку складових зовнішнього та внутрішнього іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжя за допомогою методу експертних оцінок. В результаті аналізу було визначено, що найслабшими складовими зовнішнього іміджу стали споживчий імідж та громадський імідж, найсильнішими складовими – діловий імідж та держструктурний імідж. Найслабшою складовою внутрішнього іміджу став організаційний, а найсильнішою – громадський. За результатами оцінки визначено високий рівень існуючого загального іміджу в організації. Виявлено складові, які потребують негайної уваги та удосконалення та в подальшому підтримки на сформованому рівні.

Визначено основні критерії для оцінки професійної поведінки ревізорів як державних службовців на формування іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління Державної податкової служби у Запорізькій області. Проведено оцінку професійної поведінки державних службовців методом спостереження та анкетування, за яким встановлено відповідність поведінки співробітників податкової служби під час проходження служби нормам етичної поведінки, виконання посадовими особами Присяги державного службовця та дотримання під час спілкування таких вимог як тактовність, компетентність, дотримання конфіденційності та вічливості, що є базисом формування позитивного іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ДЕРЖАВНОГО ОРГАНУ ВЛАДИ

3.1 Розробка шляхів покращення зовнішнього іміджу державного органу влади

Спираючись на актуальність дослідження зовнішнього іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі, можемо стверджувати, що організація потребує нових поглядів для покращення взаєморозуміння між податківцями та суб'єктами господарювання та налагодження зворотнього зв'язку як дієвого індикатора відгуку населення на запити організації в державних інтересах.

Виходячи з того, які складові формують зовнішній імідж Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області, котрі детально наведені та проаналізовані у підрозділі 2.2, слід зазначити, що дослідження стало можливим завдяки використанню методу експертних оцінок.

Орієнтуючись на результати проведення даного аналізу можна зробити наступні висновки і виділити сильні та слабкі складові зовнішнього іміджу організації. Результати аналізу наведено у табл.3.1.

Таблиця 3.1

Сильні та слабкі складові іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі ГУ ДПС у Запорізькій області

Зовнішній імідж	
Складові, що мають високу оцінку:	- діловий імідж - держструктурний імідж
Складові, що мають середню оцінку:	- споживчий імідж - громадський імідж

Розпочнемо аналіз шляхів покращення зовнішнього іміджу із визначення цільової аудиторії Державної податкової служби, зокрема Олександрівського управління. Для визначення засобів впливу на суб'єкти поділимо на від самого початку зацікавлених та незацікавлених на даний час осіб (рис. 3.1).

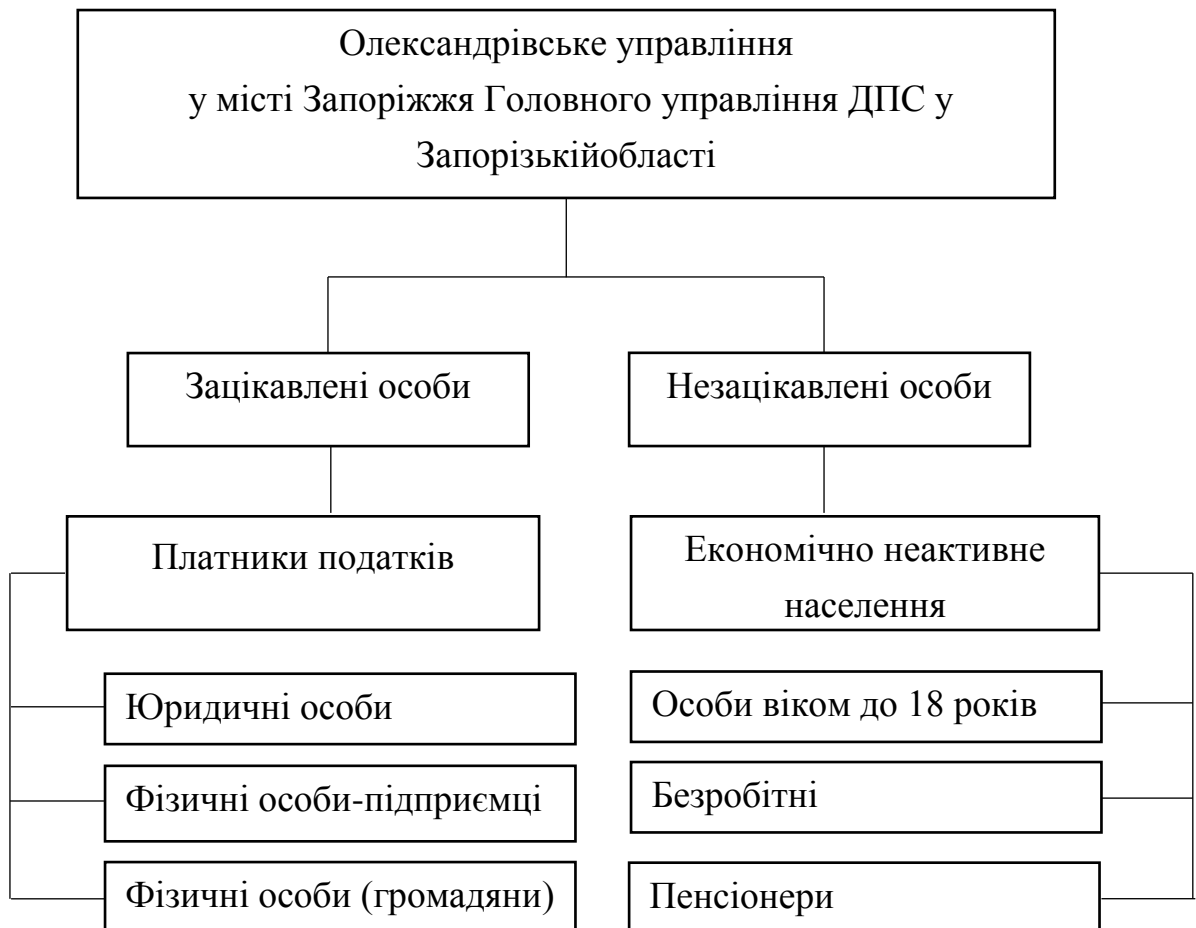


Рис. 3.1 Цільова аудиторія Олександрівського управління

Джерело: складено на автором

Відповідно до цільової аудиторії представленої на рис. 3.1 можна ствержувати, що для створення позитивного іміджу ДПС повина орієнтуватися в уяві в першу чергу на створення образу в уяві зацікавлених осіб, так як оцінка іміджу проводиться за результатом співпраці з платниками, але необхідно не забувати про частку незацікавленого населення,

трансформація якого в стейхолдерів потребує значних витрат різних видів ресурсів.

Основним шляхом зацікавлення економічно неактивного населення є пряма пропаганда Державної податкової служби не тільки для ознайомлення населення з цілями та основною діяльністю організації, а й наголошення на виконання обов'язків громадян: добросовісну сплату податків, легальне працевлаштування, декларування доходів.

Аналіз факторів, котрі впливають на формування та зміну іміджу Державної податкової служби України як державного органу влади є одним із головних напрямків дослідження. Адже, лише спираючись на них можливо по-перше: досягнути розуміння керівниками причин та механізмів створення багатьох процесів, по-друге: розробити практичні та дієві інструменти управління іміджем Олександрівського управління у місті Запоріжжі.

Аналізуючи складові зовнішнього іміджу організації, які при оцінці набрали найнижчі бали спочатку розглянемо споживчий імідж організації.

Споживчий імідж Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області формується за допомогою таких елементів як якість наданих послуг, інформування суспільства про основну діяльність організації.

Головною аспектом при формуванні зовнішнього іміджу організації має стати рівень обслуговування платників податків, ставлення з розумінням до проблем громадян, за розв'язанням яких здійснено звернення до співробітників Державної податкової служби.

При спілкуванні з платником податків державний службовець повинен не тільки керуватись нормативними актами та внутрішніми документами, що регулюють етичну поведінку, а й не забувати про такі особисті якості як людяність та розуміння.

Надання послуг, особливо в умовах карантинних обмежень, повинне відповідати сучасним вимогам, головним умовою, вважаємо, повине стати трансформація звичного способу спілкування з платниками під час

безпосереднього контакту на електронний формат. Дані зміни дозволять платникам податків отримувати послуги, роз'яснення законодавства та консультації по нарахуванні та сплаті податків через електронні засоби зв'язку, що в свою чергу призведе до економії часу, зменшення нервового напруження в чергах та скорочення небажаних контактів з іншими громадянами.

Наступною значною проблемою є необізнаність платників податків щодо посадової особи, яка має повноваження вирішувати проблеми платника та в подальшому слідкувати за даним питанням. В Олександрівському управлінні на кожного інспектора чи ревізора-інспектора для виконання поставлених завдань держави виокремлено податок(и) в розрізі районів міста Запоріжжя, за адміністрування якого(их) державний службовець несе персональну відповідальність. Тому вважаємо за необхідним проінформувати платників податків щодо повноважень співробітників Державної податкової служби з таким обов'язковим реквізитом як робочий номер телефону. Приклад оформлення інформації та основні реквізити щодо про державного службовця для ознайомлення користувачами наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Дані про державного службовця для платників податку

№ п/п	ПІБ	Посада	Податок	Район	Телефон	Соціальні мережі
1	2	3	4	5	7	6

Джерело: складено автором

Так як в сучасному світі соціальні мережі стали обов'язковою складовою життя будь-якого громадянина, то все більшої актуальності набуває надання для публічної інформації офіційної сторінки державного службовця в соціальних мережах. Хочемо зауважити, що життя з урахуванням важливості введення офіційної сторінки та зростання кількості фоловерів збільшує впізнаваність та рівень іміджу. Яскравим прикладом для

розвитку даного питання стала виборча кампанія Президента України, де основним засобом боротьби став PR в Інтернет-просторі.

Для просування ідеї розширення діяльності державних службовців в соціальних мережах необхідно провести ряд заходів, представлених в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

План заходів з розширення діяльності державних службовців в соціальних мережах

№	Вид заходу	Рекомендації	Дата
1	2	3	4
1.	Визначити кількість бізнес-акаунтів в соцмережах та месенджерах	Facebook, Twitter, Instagram, Viber, Telegram, WhatsApp	
2.	Вивчити фоловерів	Вивчити кількість та активність фоловерів у кожній мережі, зміст і регулярність постів. У подальшому, шукати згадки про ательє в мережі, щоб дізнаватись про репутацію серед споживачів.	
3.	Визначити цілі та строки	Визначити цілі та строки їх досягнення по кожному бізнес-акаунту (формування репутації, взаємодія з клієнтами, збільшення відвідувань сайту і т.і.). Скласти план робіт в соцмережах на найближчий період часу із зазначенням очікувань від кожного бізнес-акаунта через півроку-рік.	
4.	Визначити цільову аудиторію	Після створення портрета типового клієнта із зазначенням статі, соціального статусу, основних інтересів і життєвих пріоритетів буде зрозуміліше, який саме контент може користуватися найбільшим попитом.	
5.	Сформувати пропозицію	Сформувати пропозицію послуг, що максимально відповідає потребам цільової аудиторії.	

Слідування заходам з розширення діяльності державних службовців в соціальних мережах допоможе створити нове враження про державних службовців та Олександрівське управління в цілому.

Важливою частиною роботи працівників державної податкової служби повинне стати одночасне консультування населення шляхом проведення цікавих лекцій щодо оподаткування для широкого кола громадян. Пропонуємо створити на офіційному сайті ДПС України відкритий форум для платників податків, через який державні службовці зможуть оцінити зацікавленість громадян чи представників бізнесу в питаннях пов'язаних з реєстрацією платником податків, ведення податкового обліку. Місце та час проведення лекцій необхідно сповіщувати через офіційний сайт Державної податкової служби, але за карантинних обмежень спричиненими COVID-19 необхідно створити умови для запису зацікавлених осіб з урахуванням дозволеної наповненості залу. Дані лекції повинні бути записані та представлені для ознайомлення в електронному вигляді для зацікавлених громадян.

Так як робота в Державній податковій службі України передбачає постійний контакт з платниками податків, то державні службовці розвиваючи власні комунікаційні компетенції повинні:

- уміти формулювати цілі службового і неформального спілкування;
- володіти технікою мовлення, знати мовленнєвий етикет і вміло його використовувати;
- уміти ставити запитання і конкретно та коректно відповідати на них;
- знати діловий етикет і вміти його використовувати;
- уміти вести бесіду, співбесіду, ділову розмову, полеміку, дискусію, діалог, ділові переговори, наради тощо [32, с. 4-5].

Наступним заходом покращення зовнішнього іміджу вважаємо є робота з молоддю, а саме зі студентами вищих навчальних закладів незалежно від спеціальності. На даний час в Державній податковій службі України надається перевага випускникам Національної академії державного управління при Президентіві України, що в свою чергу пригнічує стан зацікавленості молодих спеціалістів до роботи в державному органі влади регіонального рівня. Тому пропонуємо створення осередку по роботі з

молоддю в управлінні кадрового забезпечення Головного управління ДПС у Запорізькій області та залучити Всеукраїнську професійну спілку працівників органів державної податкової служби до кампанії популяризації престижності роботи державного інспектора чи ревізора-інспектора та заохочення вступати на державну службу.

Отже, під час дослідження запропоновано перелік дій, щодо удосконалення споживчого іміджу:

- робота з платниками податків за допомогою засобів електронного зв'язку, що в разі прискорить процес надання послуг (в тому числі консультацій), особливо в умовах карантину;

- особисті гарантії керівництва щодо надання послуг в найкоротший термін, згідно до Податкового кодексу України, що повисить лояльність платників податків до державних службовців;

- створення відкритих заходів для всіх охочих на місцевому рівні для роз'яснення законодавства;

- робота з молоддю вищих навчальних закладів та підтримка майбутнього працевлаштування.

Ці заходи допоможуть Державній податковій службі установити взаєморозуміння і довірчі стосунки між організацією і громадськістю, створити «позитивний образ» та налагодити почуття відповідальності й зацікавленості у справах державної структури у співробітників.

Також до споживчого іміджу можемо віднести візуальний імідж Олександрівського управління, як один з елементів статусу організації. Візуальний імідж – це сформоване уявлення про організацію через зорові відчуття.

Рекомендації до вдосконалення візуального іміджу:

- поліпшення інтер'єру та екстер'єру приміщень;
- косметичний ремонт за необхідності (так як зараз деякі кабінети знаходяться у невідповідному стані);
- контроль зовнішнього вигляду персоналу;

- виправлення недоліків через аналіз відгуків та статей у ЗМІ.

Для створення позитивного уявлення широкої громадськості про діяльність організації необхідно створити систему популяризації Державної податкової служби засобами сучасного PR, адже зв'язки з громадськістю забезпечують обмін інформацією між ДПС та громадянами, а також формують імідж державної структури.

Державна податкова служба під час ведення своєї діяльності володіє достатньою кількістю засобів PR по встановленню прямого (консультації платників, офіційний сайт ДПС України, журнал «Вісник. Офіційно про податки», загальнодоступний інформаційно-довідковий ресурс) та зворотного (сервіс «Пульс») зв'язків, що працюють на формування позитивного іміджу. Але незважаючи на різноманітність засобів публік рілейшинз ДПС рівень зацікавленості у платників до публічної інформації наданої органу влади є не високим. Головною причиною є недосконалі способи реалізації PR, а саме орієнтація на суб'єктів господарської діяльності. Державна податкова служба не приділяє достатньої уваги створенню постійного взаємозв'язку з громадянами, незважаючи на їх більшість в числі респондетів ДПС.

За результатами проведеного дослідження можемо стверджувати, що PR грає ключову роль при формуванні позитивного іміджу Державної податкової служби, тому для забезпечення процесу удосконалення зв'язків з громадкістю як інструменту створення іміджу необхідно:

- вести активну участь у соціальних мережах державними службовцями;
- проводити роз'яснювальну роботу зі всіма охочими згідно до календарного графіку консультацій;
- транслювати програми на радіо з наданням рекомендацій щодо нарахування та сплаті податків та зборів та надання інформації щодо змін в законодавстві;

- створювати рекламу на державних та місцевих каналах щодо важливості виконання обов'язків платників податків: нарахування та сплата податків, зборів, платежів відповідно до чинного законодавства [74].

- влаштовувати прес-релізи для інформування населення про значущу подію, явище чи процес в організації;

- проводити на регулярній основі прес-конференції зі ЗМІ, показуючи відкритість до громадськості. У разі кризових ситуацій проведення прес-конференцій, на яких розкриваються проблеми сьогодення, надасть більш поблажливу оцінку ДПС серед громадян.

Ці заходи допоможуть Олександрівському управлінню у місті Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області:

- установити взаєморозуміння і довірчі стосунки між організацією і громадськістю;

- створити «позитивний образ» організації;

- зберегти репутацію;

- створити у співробітників почуття відповідальності й зацікавленості у справах організації;

- розширити сфери впливу.

Вищеперелічені заходи PR сприятимуть створення позитивного іміджу Державної податкової служби серед платників податків.

Отже, для удосконалення зовнішнього іміджу Олександрівського управління необхідно провести ряд заходів, які позитивно вплинуть на сприйняття державного органу влади серед платників податків. Окрім надання послуг на новому, більш професійному рівні державним службовцям необхідно установити зв'язок з платниками в Інтернет-просторі за рахунок активної участі з просування основних завдань податківця в соціальних мережах. Також пропонуємо зміцнювати імідж організації за рахунок PR в засобах масової інформації та створення рекламної кампанії Державної податкової служби на державному та регіональному рівнях.

3.2 Обґрунтування напрямків удосконалення внутрішнього іміджу державного органу влади

Внутрішній імідж організації покликаний для демонстрації відношення робітників та керівника безпосередньо до державного органу влади, тому для забезпечення здорової атмосфери в колективі та збереження кадрів організації необхідно удосконалити внутрішній імідж Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області.

Орієнтуючись на результати проведення аналізу експертним методом в пункті 2.2 можна виділити сильні та слабкі складові внутрішнього іміджу територіального органу ДПС України – Олександрівського управління. Результати аналізу наведено у табл.3.4.

Таблиця 3.4

Сильні та слабкі складові внутрішнього іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі ГУ ДПС у Запорізькій області

Внутрішній імідж	
1	2
Складові, що мають високу оцінку:	- престижний імідж
Складові, що мають середню оцінку:	- організаційний імідж.

Варто зазначити, що детальної уваги вимагає організаційний імідж управління, але не забуваємо про продовження роботи над підтримкою престижного іміджу на високому рівні.

Слід зауважити, що під час визначення рівня внутрішнього іміджу могли бути враховані неточні дані, так як проблематичним стає виявлення об'єктивних даних про сприйняття співробітниками організації в цілому, їх вражень від державної служби. Застосовувані для цього опитувальні методики і методики спостереження дали загальне уявлення лише про

соціально прийнятні, соціально бажані та демонстративні форми поведінки персоналу в організації, але глибинні причини організаційних артефактів з їх допомогою виявити надзвичайно складно.

Вважаємо, на формування внутрішнього іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі впливає такі фактори як технологія, організаційна структура, організаційна культура, соціальна відповідальність перед персоналом. Детальна характеристика представлена в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Фактори впливу на внутрішній імідж Олександрівського управління у місті Запоріжжі

№ з/п	Фактор	Характеристика
1	2	3
1.	Технологічний	Рівень та оновлюваність техніки, технологій, які використовуються для реалізації державної податкової політики Організація трудового процесу
2.	Організаційної структури	Роль керівника на підприємстві Роль персоналу під час прийняття рішень
3.	Організаційної культури	Дотримання принципів етики та моралі в колективі Єдність цілей та задач керівництва і персоналу
4.	Соціальної відповідальності перед персоналом	Соціальні гарантії Організація дозвілля співробітників

Вищенаведені фактори дають змогу зробити наступний висновок, про необхідність їх дослідження та розвитку, виходячи з того, що вони мають вагомий вплив на формування внутрішнього іміджу Олександрівського управління.

Вважаємо, що першою проблемою, яка потребує рішучих діє є соціальні гарантії в Державній податковій службі. Окрім гарантованих на законодавчому рівні процедур з захисту працівників вважаємо за необхідне ввести додаткові елементи, що збільшить задоволеність від обраного місця роботи співробітниками Олександрівського управління. На нашу думку першою кроком є забезпечення безпеки здоров'я співробітників за рахунок

корпоративного медичного страхування. Так як для виконання найважливіших державних функцій співробітників Олександрівського управління не перевели на дистанційну роботу під час пандемії коронавірусу COVID-19, то першочерговим завданням керівництва є піклування про стан здоров'я.

Згідно з Законом України «Про державну службу» [38] державним службовцем може бути громадянин з відповідним рівнем освіти та станом здоров'я, тобто питання щодо здоров'я працівників визначено на законодавчому рівні, тому необхідно зобов'язати працівників проходити повний медичний огляд щонайменше один раз в півріччя в робочий час. Цю задачу необхідно внести до посадових обов'язків працівника Олександрівського управління, тобто зробити піклування про здоров'я частиною роботи для підтримки доброго самопочуття та запобігання хвороб (в тому числі і виробничих).

Працівники Державної податкової служби – це певна візитівка організації, адже загальний імідж може сформуватися лише при знайомстві з однією людиною, тому так важливо дбати про відбір кадрів в Державній податковій службі.

При прийнятті на службу нових працівників або удосконаленню навичок вже працюючих, необхідно притримуватись основних компетенцій, «Трьох китів», що формують характерні риси персоналу організації: професійність, культура та соціально-демографічний профіль. Таким чином, розглянемо шляхи до вдосконалення компетентності:

- звернення уваги до ступеня підготовленості кадрів до різних видів діяльності;
- обов'язковість володіння широким класом професійних навичок;
- досвід;
- вміння спілкуватись з людьми, володіння ораторським мистецтвом.

Цього можна досягнути через постійну підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації працівників.

Важливою складовою внутрішнього рейтинга є оцінка керівника як головного представника своєї установи так як через його імідж оточуючі оцінюють всю організацію та складають уявлення про неї в цілому. Позитивний ефект від індивідуального іміджу поширюється на уявлення про всю організацію і створює її імідж. Імідж організації певною частиною визначається тим, як керівник може її презентувати. Отже індивідуальна презентація переплітається з організаційною презентацією. Тому цілеспрямоване створення іміджу повинно враховувати ще й представницьку функцію керівника, здійснення якої є потрібним для успішної діяльності всієї організації [71].

Також великого значення набуває неупереджене ставлення керівника під час оцінки виконаної роботи державним службовцем, а отже відчуття безпеки. Тому керівник повинен пам'ятати про свої обов'язки перед підлеглими і надати допомогу у вигляді консультацій щодо розв'язання поставлених завдань.

Атмосфера в колективі є однією з основних складових внутрішнього іміджу, тому для надання рекомендацій щодо покращення даного елемента спочатку визначимо чинники, які впливають на відносини в колективі.

Можемо виділити наступні фактори:

- повна і правдива інформація, спрямована зверху вниз, знизу вгору і від співробітника до співробітника;
- атмосфера довіри між працівником і роботодавцем;
- відповідність умов роботи нормам по охороні праці;
- гідна винагорода;
- відсутність конфліктів;
- задоволеність роботою;
- гордість за свою організацію та впевненість в майбутньому.

Всі ці фактори, без сумніву, впливають на те, як буде сприйнята в очах співробітників організація, яку вони вибрали в якості місця роботи. Тому для недопущення принності кадрів в Олександрівському управлінні необхідно задовольняти всі умови здорової атмосфери в колективі.

Для визначення пріоритетних завдань перед керівництвом щодо налагодження взаємозв'язку в колективі можливе проведення анонімного опитування серед державних службовців для отримання інформації щодо побажань підлеглих.

Необхідно наголосити, що підтримка хорошої атмосфери для роботи задача не лише керівника організації, а і кожного співробітника. Державні службовці повинні бути толерантними та ставитись з повагою один до одного, тому пропонуємо проводити тренінги з державними службовцями не лише за потребою навчання чи перепідготовки фахівця з оподаткування, а й з особистого розвитку та управління емоціями.

Необхідно розробити стратегію розвитку працівників в організації. Основною місією стратегії є забезпечення виконання завдань для досягнення успіху кожним співробітником, за результатами ефективного навчання, оперативного консультування, об'єктивного оцінювання, створюючи відчуття гордості за вибір служіння українському народові та впевненості в майбутньому.

Також для підтримки гордості за обраний вид професійної діяльності рекомендуємо випуск внутрішньої газети або електронного журналу для працівників ДПС України, героями якої стануть колеги, співробітники Державної податкової служби.

Ефективність будь-якого працівника буде значно вищою, якщо його правильно налаштувати на роботу та мотивувати. Зробити це можливо через програми заохочення персоналу, завдяки яким кожен співробітник буде знати своє місце та вплив його безпосередньої роботи на механізм роботи організації.

Для мотивації працівників пропонуємо вести прогресивну систему нарахування заробітної плати. Одним з найдієвіших систем є грейдерна оплати праці, за якою оцінюється внесок кожного співробітника в результативність роботи організації. Кожен працівник за результатом зробленої роботи на протязі місяця отримує бали, які в кінці звітнього періоду приближують до отримання премій та надбавок за виконання ключових показників, а в кінці року підвищення по кар'єрних сходинках.

Ефективним способом налагодження стосунків між працівниками є проведення часу в неробочий час. Спільне дозвілля дозволить здобути довірливі відносини, що допоможе ефективніше виконувати завдання спільними зусиллями.

Отже, до основних заходів щодо удосконалення внутрішнього іміджу в розрізі взаємодії в колективі є:

- створення позитивної атмосфери в колективі;
- заохочення та підтримка ініціатив співробітників організації;
- проведення зустрічей та заходів керівників із підлеглими;
- проведення різноманітних загальних зборів;
- організація заходів для проведення спільного дозвілля у неформальній атмосфері;
- надання психологічної допомоги за потреби;
- проведення різноманітних змагань;
- випуск внутрішньої газети або електронного журналу для працівників ДПС України;
- підвищення рівня зацікавленості працівників до розробки інноваційних технологій державного управління.

Покращення внутрішнього іміджу організації повине заходити за рахунок удосконалення організації трудового процесу, створення позитивної атмосфери, дотримання принципів етики та моралі в колективі, збільшення соціальних гарантій за рахунок визначення піклування за здоров'єм

працівників за пріоритетним фактором в Олександрівському управлінні. Також організація дозвілля співробітників. Таким чином формування внутрішнього іміджу організації сприяє реалізації ряду найважливіших функцій управління організацією, в тому числі: зростання згуртованості та довіри персоналу, підвищення взаєморозуміння між керівниками і співробітниками організації, підвищення мотивованості організації, залучення в компанію кваліфікованих співробітників, а отже управління репутацією Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління Державної податкової служби у Запорізькій області.

3.3 Рекомендації щодо створення професійного іміджу ревізора як державного службовця

Формування позитивного іміджу державного службовця тривалий та клопіткий процес, який потребує постійної оцінки існуючого стану та подальшого удосконалення, спрямованого підтримку на посилення позитивної громадської думки.

Під час формування позитивного іміджу однією з основоположних вимог, що ставиться громадянам до державних службовців, є професіоналізм під час виконання посадових обов'язків.

Професіоналізм державного службовця необхідно розглядати як набір якостей, який повинен бути притаманний не тільки працівникові з освітою та досвідом в окремій галузі, а й людині з високими моральними якостями.

Для вибору особистого вектору діяльності, який сприятиме зміцненню авторитету держави кожен державний службовець, будь то керівник або штатний працівник, повинен відповісти на питання: «Яку реакцію я хочу викликати у оточуючих людей?». Наприклад, керівник з великим штатом

співробітників повинен мати авторитет у них. Значить, йому необхідно акцентувати свою увагу на таких якостях, як впливовість, зрозумілість і позитивність.

Найчастіше фахівці з державного управління наголошують на таких професійних та особистих рисах, які мають бути притаманними для державних службовців та складати основу їх особистого іміджу як гуманізм, гуманітарна освіченість, компетентність, ерудованість, динамізм, активність, працелюбність, послідовність, швидка реакція на ситуацію, моральна надійність, дотримання етикету, дисциплінованість, вміння впливати на людей справою, словом і зовнішньою естетичною привабливістю.

Державним управлінцям необхідно працювати над розвитком цих рис не тільки для того, щоб не втратити довіру з боку населення, але і для ефективної реалізації державних завдань, які на них покладені згідно з чинним законодавством України.

Вважаємо, що при оцінці професіоналізму державного службовця, першими явними критеріями на які суспільство звертає велику увагу:

- фінансове становище;
- особисті якості;
- взаємодія з громадськістю;
- авторитет та займаної посади;
- здатність впоратися з посадовими обов'язками;
- етика поведінки.

Кожен з цих критеріїв повинен відповідати високому статусу державного службовця.

Звернемо увагу на такий критерій як фінансове становище, який прямо не впливає на формування якості надах послуг громадянам, але є досить вагомим при оцінці та потребують розгляду.

Так як вищезгадані критерії відрізняються ступенем впливу на оцінку іміджу державного службовця, то вважаємо за необхідним ввести коефіцієнт

значущості за шкалою від 1 до 3 бали, де 1 бал – мінімальний плив. Дані коефіцієнти представлені в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Шкала відповідності явних критеріїв профійності до впливу на оцінку іміджу державного службовця

№ з/п	Критерій	Бал
1	2	3
1	фінансове становище	1
2	особисті якості	1
3	взаємодія з громадськістю	2
4	аторитет та займаної посади	2
5	здатність впоратися з посадовими обов'язками	3
6	етика поведінки	3

Джерело: складено автором

Відповідно до даних таблиці 3.6 найбільш значущими критеріями при визначенні професоналізму є здатність впоратися з посадовими обов'язками та етика поведінки, що в свою чергу підтверджує вагомість якості роботи державного службовця при визначенні іміджу працівника та державного інституту в цілому.

На другому місці по значущості виступає взаємодія з громадськістю та аторитет та займаної посади. В данному випадку під взаємодією з громадськістю мається на увазі рівень впізнаваності серед населення державного службовця та результати його роботи, так як взаємодія з громадськістю на високому рівні може служити в свою чергу інструментом просування і розташування до себе суспільства державного службовця. Етапи взаємодії з громадськістю для досягнення основної цілі дослідження – позитивного іміджу представленою на рис. 3.2.

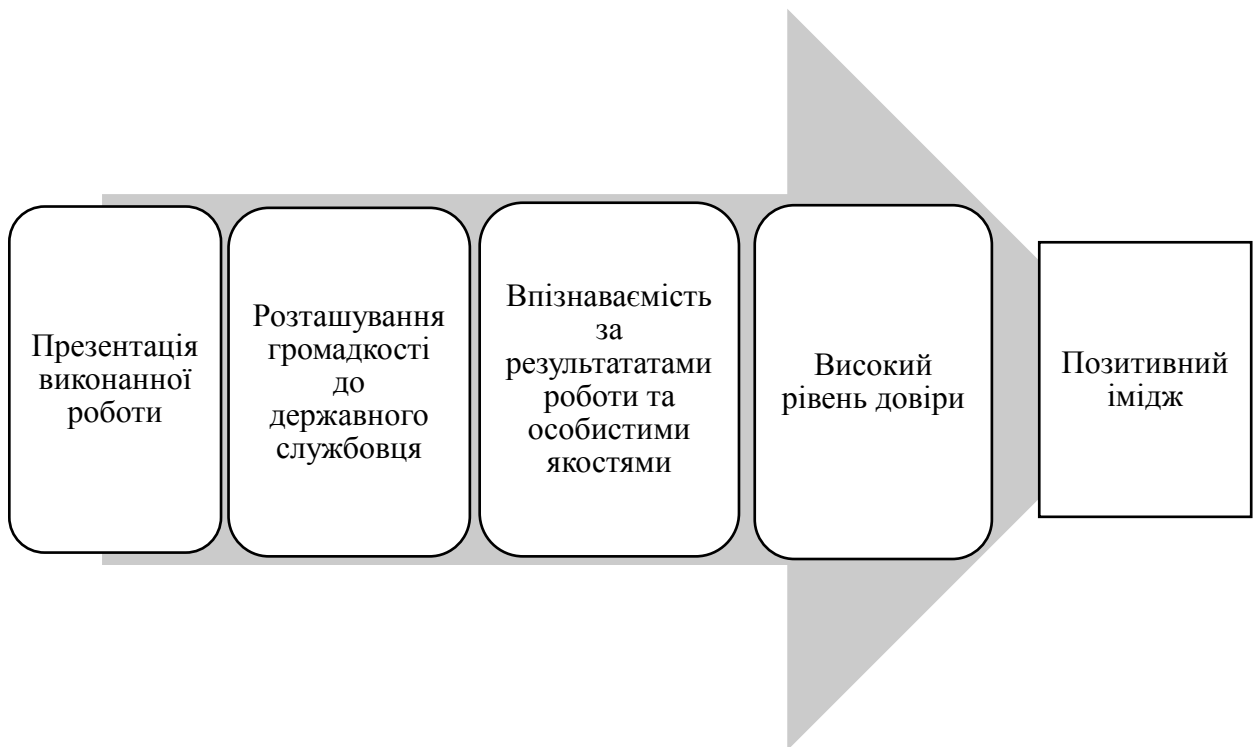


Рис. 3.2 Етапи взаємодії з громадкістю для досягнення позитивного іміджу

Джерело: складено автором

Отже, для презентації виконаної роботи державний службовець повинен обрати власну цільову аудиторію. В сучасному світі найефективним місцем для неформального звітування є соціальні мережі. Тому підтверджуємо необхідність введення офіційної сторінки державного службовця, але з урахуванням конфіденційності окремих даних Державної податкової служби України.

Найменш значущими критеріями оцінки державного службовця на яке суспільство звертає увагу при визначенні рівня професіоналізму є особисті якості та фінансове положення. На нашу думку дані фактори прямо не впливають на рівень задоволення користувача послугами, тому вони не потребують значних витрат ресурсів для підтримки належного стану чи розвитку.

Необхідно наголосити, що імідж є системним поняттям, створення професійного іміджу державного службовця несе за собою одночасне створення інших видів іміджу представлених на рис. 3.3.

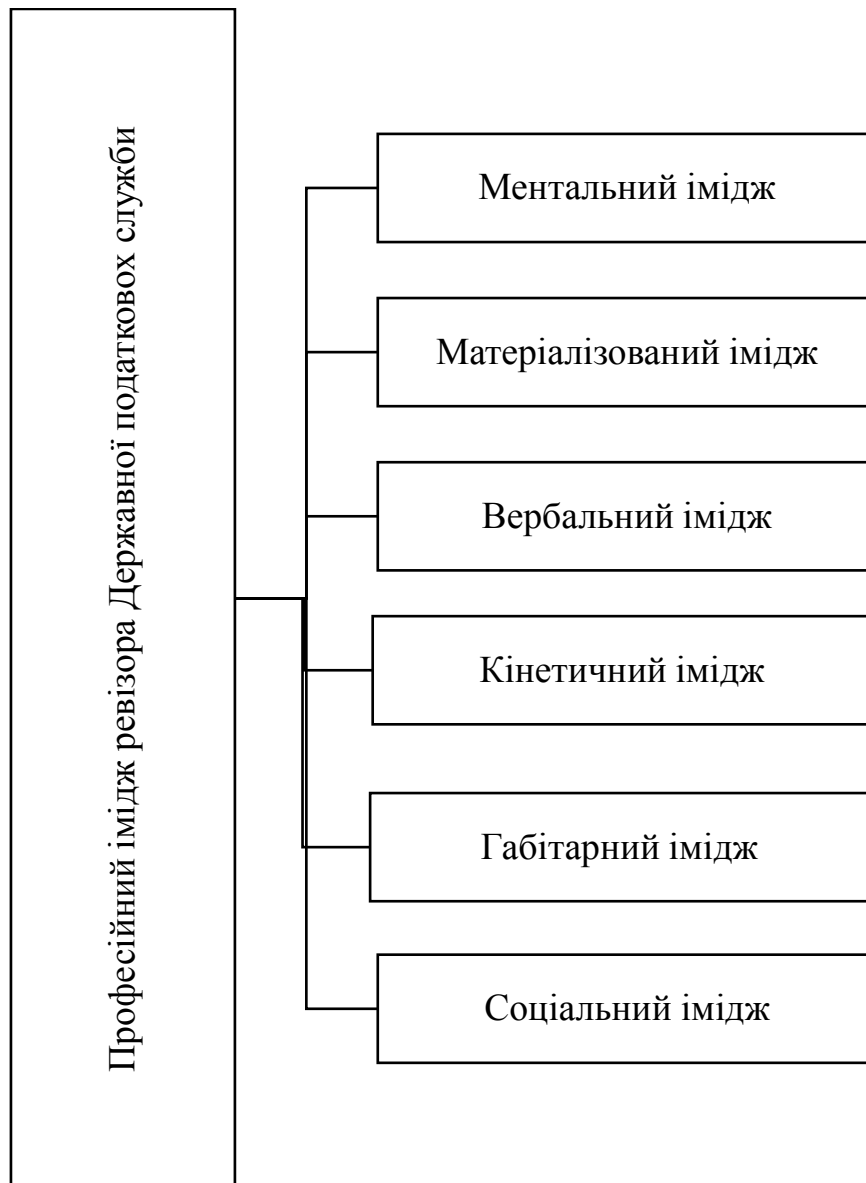


Рис. 3.3 Складові іміджу ревізора Державної Податкової служби

Джерело: складено автором

Тому під час втілення в життя пропозицій щодо удосконалення професійного іміджу державного службовця одночасно слід проводити заходи щодо покращення показників інших видів іміджу представлених на рис. 3.3, що прямо чи опосередковано також впливають на загальний рівень іміджу Державної податкової служби.

Слід сказати, що образ державного службовця, впроваджуваний в масову свідомість, що відображає всю сукупність його особистісних якостей, сформованих практичною діяльністю, ЗМІ і т.д. породжують недовіру громадян до державних службовців і «загальмовують» можливості конструювання ефективної іміджевої політики, слід віднести в першу чергу низький ступінь інформованості громадян про діяльність державних цивільних службовців і відповідно відсутність у населення адекватного уявлення про характер і умови професійної діяльності чиновників.

Стрімкий розвиток і поширення нових інформаційних і телекомунікаційних технологій має великий вплив на конструювання іміджу державних службовців, що безпосередньо відбивається на рівні управлінської культури. Безумовно, імідж може бути сформований на основі особистого досвіду або через будь-які інші інструменти комунікацій. Але тональність і раніше задають мас-медіа. Саме через технології ЗМІ можливо сформувати позитивний образ ревізора або, навпаки, обрушити його імідж.

У зв'язку з цим відзначимо які визначають межі в процесі формування іміджу державних службовців в розрізі взаємодії із засобами масової інформації:

- імідж держслужбовців надзвичайно динамічний, тому повинен знаходити оперативний відгук у ЗМІ в умовах соціально-культурних, політичних, економічних і геополітичних перетворень, які впливають на «неусвідомлені» вимоги громадян;

- на формування іміджу держслужбовця завжди будуть впливати існуючі у населення комунікативні бар'єри, фільтри («довіри» і «недовіри»). Роль ЗМІ, в даному випадку, полягає в згладжуванні «комунікативних бар'єрів» через постійне інформування населення про продуктивної діяльності представників органів державної влади;

- «соціальне самопочуття» суспільства. Якщо друковані ЗМІ на даний момент ведуть громадську думку в негативну площину, то роль інших інструментів в арсеналі ЗМІ (телебачення, радіо і т. д.) - максимально

наблизити думку громадян до позитивного вектору, підвищуючи тим самим ефективність державного управління в цілому;

- в цілому імідж державного службовця завжди являє собою, в даному разі, «напівправду» - він задає певні напрямки для «домислювання» відповідно до наявного соціального досвіду суб'єкта. Тому не варто нехтувати методами впливу на масову свідомість в арсеналі ЗМІ, проте в рамках етичних норм суспільства;

- підтримання несуперечності і доступності для суспільства інформації для підтримки сформованого позитивного іміджу.

Основоположними значеннями іміджу є вміння доброзичливо заручитися підтримкою цільову аудиторію, саме тому об'єкту важливо мати таку якість, як самопрезентація. Вона являє собою здатність вигідно представити свою особистість, розташувати до себе, зацікавити. У зв'язку з цим самопрезентація дуже популярна в шоу-бізнесі, театрі та політиці. Хто стикався з самопрезентації, знають, що для того щоб привернути увагу публіки недостатньо мати тільки вроджений талант, необхідно розвивати якості, які допоможуть досягти поставлених цілей.

Принцип професіоналізму і компетентності є одним з основоположних, який впливає на формування іміджу державного службовця. Професійна компетентність – це особистісна якість, придбане і розвивається з роками, а також характеризує знання, інформованість і професійну грамотність державного службовця. Працівник повинен відповідати поставленим перед ним вимогам або перевищувати їх.

Професійне навчання державних службовців – процес досить складний і тривалий. Воно включає професійну підготовку, перепідготовку, а також саму діяльність в області державної служби. У Концепції реформування державної служби, системи підвищення кваліфікації державних службовців і поліпшення програм навчання, які сприяють формуванню позитивного іміджу, є основними напрямками кадрової політики [67].

Державному службовцю необхідно володіти якістю професійної комунікації, так як його діяльність взаємодіє з іншими людьми. Така якість дозволяє ефективно організовувати громадську діяльність, включаючи в неї нові взаємини, але, на жаль, деякі чиновники, з високим рівнем професійних компетенцій, не володіють професійними компетенціями, що викликає проблеми в процесі комунікації з громадськістю або з іншими державними діячами.

Для формування позитивного іміджу працівників Державної податкової служби можна скористатися наступними способами:

а) розробити інформаційну політику Державної податкової служби. Необхідно на законодавчому рівні затвердити єдину стратегію (концепцію) іміджевої політики даного органу. Вона може закріплювати положення про необхідність модернізації роботи державного органу за відповідним супроводу. Наприклад, може бути утверджений перелік осіб, які обов'язково повинні бути зареєстровані в соціальних мережах, а також критерії оцінки їх роботи.

Відповідно до стратегії потрібно розробити програмні документи про подальші напрямки діяльності по формуванню стійкого позитивного іміджу.

б) ввести спеціальний навчальний курс державного освітнього стандарту з іміджевого супроводу роботи співробітників Державної податкової служби, в тому числі і в інтернет-просторі.

Програма даного курсу повинна бути спрямована на засвоєння основних принципів, які лежать в основі формування іміджу ревізорів, а також на розробку іміджевої стратегії в інтернет-просторі, вивчення технологій про те, як працювати з інтернет-сайтами та сторінками в соціальних мережах державного органу. По проходженню курсу службовець знайде навички моніторингу громадської думки та аналізу активності влади і громадян в інтернеті в сфері діяльності судових приставів.

Новий імідж повинен бути чітко структурованим, керованим, розробляється та реалізовується за відповідною схемою, в залежності від

обставин. Важливою складовою ефективного іміджу службовців є рівень довіри до них з боку громадськості, здатність нести відповідальність за прийняті рішення, харизматичність службовців, внутрішня і зовнішня складова позиціювання влади, здатність до самопрезентації, особистісний фактор і розвинені комунікативні здібності.

в) Створити державні інтернет-видання або інформаційні агентства. Це буде сприяти балансу в інформаційному просторі між достовірної та спотвореної або деструктивної інформацією, що надається опозиційними або комерційними ЗМІ.

г) розробити і впровадити спеціальне програмне забезпечення на основі інформаційно-комунікаційних технологій, що дозволяє проводити якісну оцінку інтернет-ресурсів державних органів. Воно буде являти собою автоматизований аналітичний модуль, який дозволить проводити самостійний пошук і аналіз за кількісними і якісними характеристиками інтернет-ресурсів за будь-який заданий період.

Активна і «якісна» присутність державних органів в інтернеті за допомогою традиційних і нових каналів забезпечить захист національного інформаційного простору від різного деструктивної поведінки, а робота в цьому напрямку буде сприяти зміцненню довірчого і лояльного ставлення населення до влади в процесі формування її позитивного іміджу.

Таким чином, сучасний стан іміджу державних службовців потребує змін та впровадження інноваційних стратегій його покращення на загальнодержавному рівні. Особливістю іміджу державних службовців є те, що він нерозривно пов'язаний з цілим комплексом, що має назву «імідж державної влади». Формування нового іміджу держслужбовців має здійснюватися на основі принципу покращення особистих моральних якостей та професійних рис, важливих у діловому світі. Основоположними чинниками формування позитивного іміджу державної служби України має стати професіоналізм її представників та модель двосторонньої комунікації між владою та народом на основі чесності та відкритості.

Висновки до 3 розділу

Для удосконалення зовнішнього іміджу Олександрівського управління запропоновано провести ряд заходів, які позитивно вплинуть на сприйняття державного органу влади серед платників податків, а саме надання послуг на новому, більш професійному рівні державним службовцям, встановлення зв'язку з платниками податків в Інтернет-просторі за рахунок активної участі з просування основних завдань податківця в соціальних мережах. Також запропоновано зміцнення іміджу організації за рахунок PR в засобах масової інформації та створення рекламної кампанії Державної податкової служби на державному та регіональному рівнях.

Для удосконалення внутрішнього іміджу Олександрівського управління запропоновано наступні заходи: поліпшення атмосфери в колективі на здоровому рівні за рахунок як зусиль керівника, так і співробітників, удосконалення системи відбору нових працівників відділом кадрового забезпечення, створення корпоративного медичного страхування в Державній податковій службі, ремонт приміщення Олександрівського управління.

Визначено роль професійного іміджу ревізора як державного службовця та надано рекомендації щодо його створення в Олександрівському управлінні у місті Запоріжжі. Професіоналізм державного службовця встановлено як набір якостей, який повинен бути притаманний не тільки освіченій людині, а й людині з високими моральними якостями. Тому створення іміджу ревізора відбувається за рахунок постійного саморозвитку, навчання та роботи з сучасними засобами PR для презентації вищої роботи в соціальних мережах.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

Оскільки тема магістерської роботи – «Управління іміджем державного органу влади», передбачає виконання посадових обов'язків та проведення досліджень та розрахунків в сфері обліку і оподаткування у приміщенні офісу обладнаному персональними комп'ютерами (далі – іПК) з візуальними дисплейними терміналами (далі – ВДТ), тому нижче розглянемо заходи по забезпеченню безпеки, виробничої санітарії, гігієни праці і пожежної безпеки для офісного приміщення Олександрівського управління у місті Запоріжжя Головного управління Державної податкової служби у Запорізькій області.

Аналіз потенційних небезпек

На основі аналізу роботи існуючого обладнання і посадових обов'язків в Олександрівському управлінні у місті Запоріжжя фахівця з публічного управління та адміністрування приміщенні офісу обладнаному ПК з ВДТ, виявлені наступні небезпечні та шкідливі виробничі фактори, здатні привести до травм або ушкодження здоров'я працівників:

- можливість ураження електричним струмом, при виконанні посадових обов'язків внаслідок порушення правил з електробезпеки або помилкових дій персоналу, що може призвести до електротравм різного ступеню важкості або навіть до летального наслідку;

- механічне травмування внаслідок нераціонального розташування робочих місць, що є порушенням вимог ергономіки;

- підвищене нервово-психічне навантаження, внаслідок специфіки роботи, а саме постійний контакт з клієнтами, колегами по роботі, керівництвом, контрагентами при вирішенні робочих питань (деякі з них можуть бути конфліктними, суперечливими), що може викликати емоційний дискомфорт, внутрішнє роздратування та емоційну нестабільність під час короткотривалих певних негативних ситуацій, та може призвести до

захворювань нервової системи, зниження насаги на працю та стресових станів та помилкових дій;

- оскільки робота користувача ПК вимагає тривалого статичного напруження м'язів спини, шиї, рук і ніг тому нераціональна або неправильна конструкція, організація та обладнання комп'ютеризованого робочого місця не забезпечує правильного та комфортного положення при роботі за комп'ютером, що може привести до швидкої втоми, а як наслідок до помилок, зниженню працездатності та кістково-м'язовим порушенням;

- недостатнє або надмірне освітлення робочих місць, в зв'язку з несправністю, або хибним вибором освітлювальних приладів, в зв'язку з неправильним розташуванням робочих місць по відношенню до джерел природного та штучного освітлення, що призводить до помилкових дій, погіршення зору або ефекту засліплення;

- незадовільні параметри мікроклімату в робочих приміщеннях (підвищена або знижена температура, вологість і рухливість повітря), у зв'язку з відсутністю, хибним вибором та використанням не якісних або нераціональних систем вентиляції, кондиціонування повітря, приводить до підвищеної стомлюваності, а як наслідок до помилок, зниженню працездатності, а також може бути причиною простудних захворювань;

- неправильні або нераціональні дії персоналу в умовах надзвичайних ситуацій, внаслідок не своєчасного оповіщення, неякісної підготовки персоналу правилам дій в умовах надзвичайних ситуацій або якісної організації дій персоналу керівництвом, призводять до паніки, невиправданих травм та загибелі людей;

- можливість загоряння, в зв'язку з порушенням правил протипожежної безпеки, використанням несправного електрообладнання, або відсутністю систем пожежної сигналізації і пожежогасіння, що призводить до пожежі, а як наслідок може бути причиною опіків та травм різного ступеню важкості або навіть летального наслідку, а також значних матеріальних збитків;

- негативний вплив підвищеного рівня шуму на психоемоційний стан працюючого, який пов'язаний з використанням застарілої периферійної техніки, кондиціонерів, копіювальної техніки, освітлювальних приладів;

- незадовільна організація робочого процесу як причина виконання поставлених завдань у надурочні години, святкові та вихідні дні, нічний час призводить до фізичних та розумових перенавантажень.

Заходи по забезпеченню безпеки

У приміщенні офісу застосовується широке різноманіття електроприладів: персональні комп'ютери, принтери, ксерокси, сканери, телефони, освітлювальні прилади, кондиціонери, побутові електроприлади тощо. Небезпека ураження електричним струмом при використанні цих приладів з'являється при недотриманні заходів обережності, а також при відмові або несправності цього обладнання. Наслідки ураження електричним струмом залежать від багатьох факторів: опору організму, величини, тривалості дії, роду і частоти струму, шляхів його проходження через життєво важливі органи, умов зовнішнього середовища.

Для запобігання ураження електричним струмом встановлено електроустаткування, яке відповідає вимогам ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні стандартні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» [18], «Правил улаштування електроустановок» (далі – «ПУЕ») [60], ДСТУ Б В.2.5-82:2016 «Електробезпека в будівлях і спорудах. Вимоги до захисних заходів від ураження електричним струмом» [23], НПАОП 40.1-1.32-01 «Правила будови електроустановок. Електрообладнання спеціальних установок» [57], НАПБ А.01.001-2014 «Правила пожежної безпеки в Україні» [59] та буде використовуватися згідно вимог НПАОП 40.1-1.01-97 «Правила безпечної експлуатації електроустановок» (далі – «ПБЕЕ») [35], НПАОП 40.1-1.21-98 «Правила безпечної експлуатації електроустановок споживачів» (далі – «ПБЕЕС») [36] та НПАОП 0.00-7.15-18 «Вимоги щодо безпеки та захисту здоров'я працівників під час роботи з екранними пристроями» [34].

Згідно «ПУЕ» [60], за ступенем небезпеки ураження електрострумом, офісне приміщення належить до 1-го класу, тобто є приміщенням без підвищеної небезпеки, у якому відсутні умови, що створюють підвищену та особливу небезпеку.

Згідно глави 1.7 – «Заземлення і захисні заходи від ураження електричним струмом» – «ПУЕ» [60], обладнання офісу має основну ізоляцію струмовідних частин, яка забезпечує захист від прямого дотику та подвійну, яка складається з основної та додаткової ізоляції, для забезпечення захисту від ураження електричним струмом у разі пошкодження основної ізоляції.

Відповідно до вимог п. 6.7.4. НПАОП 40.1-1.21-98 «ПБЕЕС» [35] усі доступні для доторкання металеві деталі електрообладнання у приміщенні з ПК, які можуть опинитись під напругою, у випадку пошкодження ізоляції, з'єднані з заземлюючим пристроєм.

Оскільки офісне приміщення за ступенем небезпеки ураження електрострумом належить до 1-го класу, тому відповідно до вимог п. 6.7.6 НПАОП 40.1-1.21-98 «ПБЕЕС» [36] користувачі ПК пройшли інструктаж з електробезпеки з оформленням в журналі інструктажу та мають I групу з електробезпеки.

Ймовірність механічного травмування може виникнути внаслідок нераціонального розташування робочих місць, захаращення робочих місць або у зв'язку з недбалістю та неуважністю обслуговуючого персоналу. Для виключення травматизму згідно ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» [18] зроблено більш зручне та раціональне розташування робочих місць, таким чином збільшена відстань між ними, яка відповідає нормованим значенням (площа на одне робоче місце має становити не менше ніж $6,0 \text{ м}^2$, а об'єм не менше ніж $20,0 \text{ м}^3$). Поверхня підлоги є рівною, неслизькою, з антистатичними властивостями.

У зв'язку із стресовими ситуаціями та нервово-емоційними навантаженнями у працівників може виникнути ймовірність захворювань загально-невротичного характеру.

З метою зниження нервово-емоційного напруження, стомлення зорового аналізатора, поліпшення мозкового кровообігу, подолання несприятливих наслідків гіподинамії, запобігання втоми, згідно ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» [18] для робітників із застосування ЕОМ, передбачені регламентовані перерви для відпочинку тривалістю 15 хвилин через кожні дві години, а також обладнані побутові приміщення для відпочинку під час роботи, кімната психологічного розвантаження. В кімнаті психологічного розвантаження передбачені пристрої для приготування й роздачі тонізуючих напоїв, а також місця для занять фізичною культурою

Для оптимізації відносин у колективі проводяться тренінги з залучанням психологів на теми: «Адаптація у новому колективі», «Поведінка в суспільстві».

Для запобігання кістково-м'язових порушень робочі місця користувачів ПК у офісному приміщенні відповідають ергономічним вимогам з урахуванням характеру і особливостей трудової діяльності згідно з ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» [18].

Висота робочої поверхні столу з ПК регулюється в межах 680-800 мм, а ширина і глибина – забезпечує можливість виконання операцій у зоні досяжності моторного поля (рекомендовані розміри: ширина – 600-1400 мм, глибина – 800-1000 мм). Робочий стіл має простір для ніг висотою 600 мм, шириною – 500 мм, глибиною (на рівні колін) – 450 мм, на відстані витягнутої ноги – 650 мм [18].

Заходи з виробничої санітарії і гігієни праці

Основними причинами недостатньої або надмірної освітленості робочих місць є несправність або хибний вибір освітлювальних приладів, неправильне розташування робочих місць по відношенню до джерел освітлення.

Незадовільна освітленість на робочому місці або на робочій зоні може бути причиною зниження продуктивності та якості праці, отримання травм. Недостатнє або надмірне освітлення викликає зоровий дискомфорт, що виражається у відчутті незручності або напруженості. Тривале перебування в умовах зорового дискомфорту призводить до розсіювання уваги, зменшення зосередженості, зоровій і загальній втомі.

У офісному приміщенні обладнаному ПК з екранним пристроєм (далі – «ЕП»), згідно ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» [18] та ДБН В.2.5-28-2018 «Природне і штучне освітлення» [15] передбачене природне та штучне освітлення.

Природне освітлення здійснено через світлові прорізи, які орієнтовані на південь і забезпечують коефіцієнт природної освітленості (КПО) не нижче 1,5%. Для захисту від прямих сонячних променів, які створюють прямі та відбиті відблиски на поверхні екранів і клавіатури, передбачено сонцезахисні пристрої, на вікнах встановлені жалюзі.

Розрахунок штучного освітлення для приміщення розмірами (А x В x Н), м: 9 x 4,5 x 3,6, обраний тип світильника – ЛПО, числове значення коефіцієнта світильника $L/h = 1,4$; колір стелі, стін, підлоги ($r_{ст}$, $r_{с}$, $r_{п}$): 70%, 50%, 30%; тип приміщення – кабінети і робочі приміщення. Нормовані показники штучного освітлення основних приміщень громадських, житлових, допоміжних будівель згідно ДБН В.2.5-28-2018 «Природне і штучне освітлення» [15]. Площина нормування освітленості, висота площини над підлогою (h_p), м: $\Gamma - 0,8$;

Розряд і подразряд зорової роботи: Б-1;

Освітленість робочих поверхонь при загальному освітленні (E_n), лк:
300;

Коефіцієнт запасу (K_3) при проектуванні штучного освітлення: 1,4.

Розрахувати кількість рядів світильників у приміщенні N_p :

$$N_p = B / ((H - h_p) \times [L/h]), \text{ шт} \quad (4.1)$$

де: B – ширина приміщення, м;

H – висота приміщення, м;

h_p – висота робочої поверхні, м;

$[L/h]$ – числове значення коефіцієнта світильника.

$$N_p = 4,5 / ((3,6 - 0,8) \times 1,4) = 1,15 \text{ шт}$$

Вважаємо, що $N_p = 2$ шт.

Визначити максимально припустиму відстань між рядами світильників L_{\max} за формулою:

$$L_{\max} = B / N_p, \text{ м} \quad (4.2)$$

де: B – ширина приміщення, м;

N_p – кількість рядів світильників у приміщенні, шт.

$$L_{\max} = 4,5 / 2 = 2,25 \text{ м}$$

Вважаємо, що $L_{\max} = 2,25$ м.

Визначити значення індексу приміщення i , що характеризує співвідношення розмірів освітлювального приміщення і висоти розміщення світильників:

$$i = (A \times B) / ((H - h_p) \cdot (A + B)), \quad (4.3)$$

де: A – довжина приміщення, м;

B – ширина приміщення, м;

H – висота приміщення, м;

h_p – висота робочої поверхні, м.

$$i = (9 \cdot 4,5) / ((3,6 - 0,8) \cdot (9 + 4,5)) = 1,07$$

Приймаємо $i = 1,1$.

Визначити значення коефіцієнта використання світлового потоку η , створюваного світильниками вибраного типу.

Вибирається в залежності від виду джерела світла, типу обраного світильника, коефіцієнтів відбиття поверхонь приміщення та індексу приміщення.

Коефіцієнтів використання світлового потоку світильників: для світильника

ЛПО: $L/h=1,4$; $(\rho_{ст}, \rho_{с}, \rho_{п}) - 70\%, 50\%, 30\%$ та $i = 1,1$; $\eta=45\%$.

Визначити сумарний світловий потік освітлювальної установки у даному приміщенні Φ_{Σ} :

$$\Phi_{\Sigma} = (E_{н} \times A \times B \times k_3 \times z) / \eta, \text{ лм}, \quad (4.4)$$

де: $E_{н}$ – рівень нормованого загального освітлення, лк;

A – довжина приміщення, м;

B – ширина приміщення, м;

k_3 – коефіцієнт запасу;

z – коефіцієнт нерівномірності (мінімальної) освітленості (відношення середньої освітленості до мінімальної освітленості), як правило дорівнює (для люмінесцентних ламп $z=1,1$);

η – коефіцієнт використання світлового потоку.

$$\Phi_{\Sigma} = (300 \cdot 9 \cdot 4,5 \cdot 1,4 \cdot 1,1) / 0,45 = 41580 \text{ лм}$$

Визначити умовну загальну кількість світильників у приміщенні $N_{св}^*$:

$$N_{св}^* = (A \times B) / L_{\max}^2, \text{ шт.}, \quad (4.5)$$

де A – довжина приміщення, м;

B – ширина приміщення, м;

L_{\max} – максимально припустима відстань між рядами світильників, м.

$$N_{св}^* = (9 \cdot 4,5) / (2,25)^2 = 8 \text{ шт.}$$

Розрахувати світловий потік умовного джерела світла $\Phi_{л}^*$:

$$\Phi_{л}^* = (\Phi_{\Sigma} / N_{св}^*), \text{ лм}, \quad (4.6)$$

де: $\Phi_{л}^*$ – сумарний світловий потік освітлювальної установки, лм;

$N_{л}^*$ – загальна кількість ламп у світильнику, яка розраховується за формулою:

$$N_{л}^* = N_{св}^* \times n, \text{ шт.}, \quad (4.7)$$

де: n – кількість ламп у світильнику, шт.

$$\Phi_{л}^* = 41580 / (8 \cdot 2) = 2598,75 \text{ лм}$$

Вибрати тип стандартної лампи з найближчим значенням фактичного світлового потоку лампи $\Phi_{л}$ і знайти коефіцієнт m (співвідношення між розрахунковим світловим потоком лампи $\Phi_{л}^*$ та фактичним світловим потоком вибраної стандартної лампи $\Phi_{л}$):

$$m = \Phi_{л}^* / \Phi_{л}, \text{ лм.}, \quad (4.8)$$

Вибираємо люмінесцентну лампу L 18W/640 Osram з наступними характеристиками:

Тип лампи: BASIC T8

Цоколь: G13

Позначення кольору: Холодний білий

Кольорова температура: 4000

Світловий потік, лм: 1200

Потужність, Вт: 18

Індекс передачі кольору: 60 (nom), 70 (max) Ra8

$$m = 2598,75 / 1200 = 2,16 \text{ лм.}$$

Визначити оптимальну (фактичну) кількість світильників у приміщенні $N_{св}$:

$$N_{св} = N_{св}^* \times m, \text{ шт.}, \quad (4.9)$$

де: $N_{св}^*$ – умовна загальна кількість світильників у приміщенні, шт.

m – співвідношення між розрахунковим світловим потоком лампи та фактичним світловим потоком вибраної стандартної лампи.

$$N_{св} = 8 \times 2,16 = 17,28 \text{ шт}$$

Приймаємо $N_{св} = 18$ шт.

Визначити фактичну кількість ламп у приміщенні $N_{л}$:

$$N_{л} = N_{св} \times n, \text{ шт.}, \quad (4.10)$$

де: $N_{св}$ – оптимальна (фактична) кількість світильників у приміщенні, шт;

n – кількість ламп у світильнику, шт.

$$N_{л} = 18 \times 2 = 36 \text{ шт.}$$

Визначити загальну розрахункову освітленість E_p у приміщенні, що створюється при застосуванні стандартних ламп:

$$E_p = (\Phi_{л} \times N_{л} \times \eta) / (A \times B \times k_3 \times z), \text{ лк}, \quad (4.11)$$

де: $\Phi_{л}$ – фактичний світловий потік вибраної стандартної лампи, лм;

$N_{л}$ – фактична кількість ламп у приміщенні, шт;

η – коефіцієнт використання світлового потоку;

A – довжина приміщення, м;

B – ширина приміщення, м;

k_3 – коефіцієнт запасу;

z – коефіцієнт нерівномірності (мінімальної) освітленості.

$$E_p = (1200 \times 36 \times 0,45) / (9 \times 4,5 \times 1,4 \times 1,1) = 311,69 \text{ лк}$$

Таким чином, проведені розрахунки дозволили визначити загальну оптимальну освітленість в кабінеті бухгалтера. Нормована освітленість забезпечується растровими світильниками типу ЛПО у кількості 18 штук.

Неправильне проектування або несправність систем опалення, вентиляції та кондиціонування в приміщенні офісу може призвести до негативних впливів на здоров'я працівників у вигляді простудних захворювань, перегрівань, проблем із дихальними шляхами тощо.

Метеорологічні умови для приміщенні з комп'ютеризованими робочими місцями – температура, відносна вологість та швидкість переміщення повітря цілком відповідають вимогам ДСН 3.3.6.042-99 «Державні санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень» [20]. Роботи у приміщенні з ПК, належать до категорії Іб – легка робота, тому передбачені наступні оптимальні значення параметрів мікроклімату:

- у холодний період року: температура 21-23°C; відносна вологість: 40-60%; швидкість переміщення повітря: 0,1 м/с;

- у теплий період року: температура 22-24°C; відносна вологість: 40-60%; швидкість переміщення повітря: 0,2 м/с.

Відповідно до вимог ДБН В.2.5-67:2013 «Опалення, вентиляція та кондиціонування» [16], з метою забезпечення оптимальних параметрів мікроклімату в офісному приміщенні обладнаному ПК з ЕП передбачена система централізованого водяного опалення з радіаторами, а на теплий період передбачений побутовий кондиціонер.

З метою забезпечення необхідного повітрообміну у приміщенні офісу передбачена система механічної припливно-витяжної вентиляції (методом рекуперації), яка забезпечує 3-кратний обмін повітря за годину.

Оптимальні рівні позитивних ($n+$) і негативних ($n-$) іонів у повітрі офісного приміщення з ЕП відповідають вимогам додатку 3 ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» [18]. і становить: $n+ = 1500-30000$ (шт. на 1 см^3); $n- = 3000-5000$ (шт. на 1 см^3). Підтримку оптимального рівня легких позитивних і негативних аероіонів у повітрі на робочих місцях забезпечують за допомогою біполярних коронних аероіонізаторів.

Рівні звукового тиску в октавних смугах частот, рівні звуку та еквівалентні рівні звуку на робочих місцях приміщення відповідають вимогам ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» [18] та ДСН 3.3.6.037-99 «Санітарні норми виробничого шуму, ультразвуку та інфразвуку» [19]. Зниження рівня шуму в приміщенні здійснено за допомогою:

- використання більш сучасного обладнання;

- розташування принтерів та різноманітного устаткування колективного

користування на значній відстані від більшості робочих місць працівників;

- переведення жорсткого диска в режим сну (Standby), якщо комп'ютер не працює протягом визначеного часу;

- використання блоків живлення ПК з вентиляторами на гумових підвісках.

Незадовільна організація робочого процесу керівництвом на підприємстві призводить до виконання поставлених задач в надурочні години, вихідні та святкові дні, нічні зміни призводить не тільки до фізичної втомленості та перенавантаження, а й має накопичувальну дію негативного впливу на здоров'я працівників в цілому. Проявами перевтоми є головний біль, дратівливість, нервозність, порушення сну, а також такі захворювання, як вегетативно-судинна дистонія, артеріальна гіпертензія, виразкова хвороба, ішемічна хвороба серця, інші професійні захворювання.

Згідно норм Кодексу Законів про працю [112] України нормальна тривалість робочого часу не може перевищувати 40 годин на тиждень.

Для контролю та мінімізації шкідливого впливу понаднормових робіт відповідно до статті 64 Кодексу Законів про працю України [27], понаднормові роботи можуть здійснюватися тільки з дозволу виборного органу первинної профспілкової організації (профспілкового представника) підприємства та застосовуються лише у крайніх випадках.

Зменшення наслідків впливу незадовільної організація робочого процесу, особливо в напруженні періоди подання щомісячної чи щоквартальної звітності, відбувається за рахунок:

- мотивація працівників за рахунок преміювання за інтенсивність праці та за виконання ключових завдань;

- нарахування заробітної плати за понаднормову роботу в вихідний день в подвійному розмірі;
- можливість працівнику отримати день відпочинку за виконання посадових обов'язків у вихідний чи святковий день.
- прискорення відновлення сил і працездатності за рахунок відпочинку працівника кожні 2 години;
- використання заходів спрямовані на організацію розумової праці і запобігання розумовій втомі.

Заходи безпеки у надзвичайних ситуаціях

Заходи з пожежної безпеки

Заходи з пожежної безпеки для офісного приміщення розробляються відповідно до вимог НАПБ А.01.001-2014 «Правила пожежної безпеки в Україні» [33]. (Площа приміщення $S=40,5 \text{ м}^2$).

Розробка заходів з пожежної безпеки починається з аналізу речовин і матеріалів, що використовуються при роботі на об'єкті, з метою визначення класу можливої пожежі (А, В, С, D, F, E) та категорії його пожежної небезпеки.

Визначимо клас пожежі, яка може виникнути у робочому приміщенні згідно ДСТУ EN 2:2014 «Класифікація пожеж (EN 2:1992, EN 2:1992/A1:2004, IDT)» [21]. Згідно до стандарту, в робочому приміщенні може виникнути пожежа класу А, що супроводжується горінням твердих матеріалів, зазвичай органічного походження, під час горіння яких, як правило, утворюються тліючі вуглини. Окрім того, в приміщенні знаходиться велика кількість електроустановок, а тому згідно «Правил експлуатації та типових норм належності вогнегасників» [46], визначені пожежі класу Е – горіння електроустановок, що перебувають під напругою до 1000 В.

Відповідно до вимог ДСТУ Б В.1.1-36:2016 «Визначення категорій приміщень, будинків та зовнішніх установок за вибухопожежною та пожежною небезпекою» [22] визначено категорію пожежної небезпеки

приміщення: оскільки робоче приміщення містить окремі предмети меблів на робочих місцях, кабельні електропроводки до устаткування, приміщення відноситься до категорії Д.

Відповідно до категорії приміщення з пожежної небезпеки і вимог ДБН В.1.1-7:2016 «Пожежна безпека об'єктів будівництва. Загальні вимоги» [14], ступінь вогнестійкості приміщення об'єкта: I ступінь.

Для приміщення площею $S=40,5 \text{ м}^2$, що відносяться до категорії Д, I ступені вогнестійкості, в якому можливе виникнення пожежі класу А та Е, необхідно використовувати порошкові вогнегасники ВП-5 кількістю 2 шт.

Слід зазначити, що будинки адміністративного призначення і громадські будинки на кожному поверсі повинні мати не менше двох переносних (порошкових, водопінних або водяних) вогнегасників з масою заряду вогнегасної речовини 5 кг і більше.

Порядок оповіщення та організація зв'язку у разі загрози виникнення або виникнення надзвичайної ситуації

Порядок оповіщення та організація зв'язку у разі загрози виникнення або виникнення надзвичайної ситуації

Порядок організації оповіщення органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій, органів управління і сил цивільного захисту та населення про загрозу виникнення або виникнення надзвичайних ситуацій, їх подальшого інформування з метою вжиття заходів безпеки, забезпечення зв'язком органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування у разі загрози виникнення або виникнення надзвичайних ситуацій та ліквідації їх наслідків, а також забезпечення функціонування апаратури і технічних засобів оповіщення та технічних засобів телекомунікацій регулює Постанова Кабінету Міністрів «Про затвердження Положення про організацію оповіщення про загрозу виникнення або виникнення надзвичайних ситуацій та зв'язку у сфері цивільного захисту» [55].

Рішення про оповіщення у разі загрози виникнення або виникнення надзвичайної ситуації приймають такі посадові особи:

- на загальнодержавному рівні – Прем'єр-міністр України за пропозиціями центральних органів виконавчої влади;
- на територіальному рівні – Голова Ради міністрів Автономної Республіки Крим, голови обласних, Київської та Севастопольської міських держадміністрацій;
- на місцевому рівні – голови місцевих держадміністрацій або органів місцевого самоврядування;
- на об'єктовому рівні – керівники об'єктів.

Оповіщення про загрозу виникнення або виникнення надзвичайних ситуацій здійснюється:

- на загальнодержавному рівні – оперативно-черговою службою на пункті управління ДСНС;
- на територіальному рівні – оперативно-черговими службами на пунктах управління Ради міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської та Севастопольської міських держадміністрацій;
- на місцевому рівні – черговими службами місцевих органів виконавчої влади (органів місцевого самоврядування);
- на об'єктовому рівні – диспетчерськими (черговими) службами об'єктів, на яких створено спеціальні, локальні та об'єктові системи оповіщення.

Рішення про оповіщення у разі загрози виникнення або виникнення надзвичайної ситуації приймається на підставі:

- повідомлення про фактичну обстановку, що склалася у зоні можливого виникнення або виникнення надзвичайних ситуацій;
- результатів аналізу прогнозованих даних, стану небезпеки природно-техногенного характеру у регіоні, що вимагають негайного проведення заходів для захисту населення і територій;

- пропозицій органів виконавчої влади або органів місцевого самоврядування та керівників об'єктів, на території яких існує загроза виникнення або виникла надзвичайна ситуація.

Оперативно-чергова служба на пункті управління ДСНС, що здійснює оповіщення у разі загрози виникнення або виникнення надзвичайної ситуації на загальнодержавному рівні, після отримання інформації про загрозу виникнення або виникнення надзвичайної ситуації інформує про це Голову ДСНС та за його командою здійснює запуск загальнодержавної автоматизованої системи централізованого оповіщення.

Оперативно-чергова (чергова) служба, що здійснює оповіщення у разі загрози виникнення або виникнення надзвичайної ситуації на територіальному (місцевому) рівні, після отримання інформації про загрозу виникнення або виникнення надзвичайної ситуації інформує про це керівника місцевого органу виконавчої влади (органу місцевого самоврядування).

Оперативно-чергова (чергова) служба доповідає про результати оповіщення на підставі підтверджень про отримання сигналів оповіщення від чергових служб місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, а також на підставі інформації про спрацювання апаратури оповіщення.

У разі загрози виникнення або виникнення надзвичайної ситуації на атомній електростанції начальник чергової зміни інформує про це керівника станції.

Керівник атомної електростанції приймає рішення про оповіщення працівників станції і населення міста-супутника атомної електростанції та дає завдання начальнику зміни щодо запуску спеціальної системи оповіщення, а у разі виникнення надзвичайної ситуації регіонального рівня - щодо інформування відповідних оперативно-чергових (чергових) служб місцевих органів виконавчої влади (органів місцевого самоврядування) про

необхідність оповіщення населення через місцеві та територіальні автоматизовані системи централізованого оповіщення.

Оповіщення населення у зонах спостереження атомної електростанції та зонах можливого поширення радіаційного забруднення внаслідок виникнення надзвичайної ситуації на станції здійснюється оперативно-черговими (черговими) службами відповідних місцевих органів виконавчої влади (органів місцевого самоврядування).

У разі загрози виникнення або виникнення надзвичайних ситуацій на гідротехнічних спорудах Дніпровського та Дністровського каскадів та в зонах їх можливого катастрофічного затоплення відповідна диспетчерська служба інформує про це керівника гідроелектростанції (гідротехнічної споруди).

Керівник приймає рішення про оповіщення працівників гідроелектростанції (гідротехнічної споруди) і населення відповідної території та дає завдання диспетчерській службі щодо запуску спеціальної системи оповіщення.

Диспетчерська служба запускає спеціальну систему оповіщення та інформує про загрозу виникнення або виникнення надзвичайних ситуацій оперативно-чергову (чергову) службу місцевого органу виконавчої влади (органу місцевого самоврядування), диспетчерські служби державного підприємства «НЕК «Укренерго» та Міненерго, оперативно-диспетчерські служби територіальних органів Національної поліції і ДСНС.

У разі загрози виникнення або виникнення надзвичайних ситуацій на магістральних продуктопроводах диспетчерська служба інформує про це керівника об'єкта.

Керівник об'єкта приймає рішення про оповіщення населення відповідної території та дає завдання щодо запуску спеціальної системи оповіщення.

Диспетчерська служба запускає спеціальну систему оповіщення та інформує про загрозу виникнення або виникнення надзвичайних ситуацій відповідні оперативно-чергові (чергові) служби місцевих органів виконавчої влади (органів місцевого самоврядування) та відповідні оперативно-диспетчерські служби територіальних органів Національної поліції і ДСНС.

У разі загрози поширення внаслідок виникнення надзвичайної ситуації на атомній електростанції, гідроелектростанції або магістральному продуктопроводі прогнозованої зони можливого ураження на території прикордонних адміністративно-територіальних одиниць суміжних держав оперативно-диспетчерська служба відповідного територіального органу ДСНС інформує відповідний територіальний орган з питань реагування на надзвичайні ситуації суміжної іноземної держави на підставі відповідних міжурядових угод про співробітництво в галузі запобігання надзвичайним ситуаціям та ліквідації їх наслідків.

У разі загрози виникнення або виникнення надзвичайної ситуації на об'єкті диспетчерська служба об'єкта інформує про це керівника об'єкта.

Керівник об'єкта приймає рішення про оповіщення персоналу об'єкта і населення, яке перебуває у прогнозованій зоні можливого ураження, та дає завдання щодо запуску об'єктової (локальної) системи оповіщення.

Диспетчерська служба об'єкта запускає об'єктову (локальну) систему оповіщення та разом з посадовою особою відомчого радіотрансляційного вузла здійснює оповіщення персоналу об'єкта, населення, яке перебуває у прогнозованій зоні можливого ураження, а також інформує про загрозу виникнення або виникнення надзвичайної ситуації відповідний місцевий орган виконавчої влади (орган місцевого самоврядування) та підрозділи територіальних органів Національної поліції і ДСНС за місцезнаходженням об'єкта.

Оповіщення осіб з фізичними, психічними, інтелектуальними і сенсорними порушеннями та інших маломобільних груп населення (осіб, які

їх супроводжують) організовується місцевими органами виконавчої влади (органами місцевого самоврядування), власниками об'єктів з масовим перебуванням людей та керівниками підприємств, установ і організацій незалежно від форми власності, де працюють або можуть перебувати зазначені особи.

Для оповіщення зазначених груп населення необхідно передбачити застосування таких технічних засобів, що враховують диференціацію за видами обмеження життєдіяльності людей з інвалідністю (звукові маяки, світлозвукові сповіщувачі, засоби аудіокоментування, субтитрування, сурдоперекладу, розсилки текстових повідомлень, інші відповідні засоби) [55].

Висновки з розділу 4

В даному розділі наведено опис та основні характеристики приміщення робочого місця фахівця з обліку та оподаткування на ТОВ «ЕКР ГРУП»; проаналізовано основні потенційні небезпеки, що можуть виникнути на робочому місці; зазначено та описано основні заходи по забезпеченню безпеки та виробничої санітарії та гігієни праці. Визначено необхідну кількість растрових світильників типу ЛПО для забезпечення нормованої освітленості – 18 шт. Було проаналізовано та виявлено клас ймовірної пожежі відповідно до типу приміщення (класи А та Е), виявлено до якої категорії приміщень з пожежної безпеки належить кабінет (категорія Д), визначено ступінь вогнестійкості приміщення відповідно до його категорії – І ступінь, і відповідно до зазначених категорій розраховано необхідну кількість засобів пожежогасіння та їх тип: у кабінеті площею 40,5м² необхідна кількість порошкових вогнегасників ВП-5 становить 2 шт.

ВИСНОВКИ

Розглянуто сутність і зміст іміджу державного органу влади. За аналізом теоретичних даних визначено, що імідж – це образ-уявлення, який методом асоціацій наділяє об'єкт додатковими цінностями (соціальними, естетичними, психологічними та ін.), не обґрунтованими в реальних властивостях самого об'єкту, але мають соціальну значущість для того, хто сприймає такий образ. Запорукою успішності управління іміджем організації є застосування специфічних методів, процедур та прийомів, використання яких є доцільним для бюджетних установ.

Вивчено та проаналізовано підходи та методи до оцінки іміджу органу державної влади. Головне завдання управлінців – використовувати ті методи оцінки, результат яких найкраще задовольнить користувачів інформації. Якісні методи в дослідженнях іміджу найчастіше використовуються для створення описової бази і шкали для подальшої кількісної оцінки, побудови гіпотези для перевірки, адже вони дозволяють зрозуміти сутність проблеми, сформулювати задачі та понятійний апарат для подальших кількісних досліджень. Кількісні методи оцінки не завжди враховують відмінності між видами іміджу, які склалися у різних груп контактних аудиторій. У дослідженнях, спрямованих на вивчення іміджевих характеристик, використовуються, як правило, комбінація кількісних і якісних методів. Застосування тільки одного методу не дозволяє розглянути об'єкт цілісно, тобто виявити і визначити значимість і взаємозв'язок емоційних характеристик.

Розглянуто сутність та роль професійної поведінки державного службовця як складову іміджу державного органу влади. Надано характеристику основним вимогам до морально-етичних якостей та визначено методи їхньої оцінки. За даними теоретичного матеріалу з'ясовано, що професійна поведінка є ключовим фактором при формуванні уявлення

користувачів послуг про державну установу, створенні персональної репутації працівника та авторитету державного органу.

Надано характеристику діяльності державного органу влади на прикладі Олександрівського управління у місті Запоріжжя Головного управління ДПС у Запорізькій області. Визначено основні цілі, мету та стратегію розитку організації. Описано історію становлення Державної податкової служби та офіційну символіку. Розглянуто склад заробітної плати державних службовців при виконанні державних завдань. Визначено організаційну структуру та функції основних елементів управління, а також розподіл обов'язків в організації.

Проведено оцінку складових зовнішнього та внутрішнього іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжя за допомогою методу експертних оцінок. В результаті аналізу було визначено, що найслабшими складовими зовнішнього іміджу стали споживчий імідж та громадський імідж, найсильнішими складовими – діловий імідж та держструктурний імідж. Найслабшою складовою внутрішнього іміджу став організаційний, а найсильнішою – громадський. За результатами оцінки визначено високий рівень існуючого загального іміджу в організації. Виявлено складові, які потребують негайної уваги та удосконалення та в подальшому підтримки на сформованому рівні.

Визначено основні критерії для оцінки професійної поведінки ревізорів як державних службовців на формування іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління Державної податкової служби у Запорізькій області. Проведено оцінку професійної поведінки державних службовців методом спостереження та анкетування, за яким встановлено відповідність поведінки співробітників податкової служби під час проходження служби нормам етичної поведінки, виконання посадовими особами Присяги державного службовця та дотримання під час спілкування таких вимог як тактовність, компетентність, дотримання конфіденційності та

вічливості, що є базисом формування позитивного іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі.

Для удосконалення зовнішнього іміджу Олександрівського управління запропоновано провести ряд заходів, які позитивно вплинуть на сприйняття державного органу влади серед платників податків, а саме надання послуг на новому, більш професійному рівні державним службовцям, встановлення зв'язку з платниками податків в Інтернет-просторі за рахунок активної участі з просування основних завдань податківця в соціальних мережах. Також запропоновано зміцнення іміджу організації за рахунок PR в засобах масової інформації та створення рекламної кампанії Державної податкової служби на державному та регіональному рівнях.

Для удосконалення внутрішнього іміджу Олександрівського управління запропоновано наступні заходи: поліпшення атмосфери в колективі на здоровому рівні за рахунок як зусиль керівника, так і співробітників, удосконалення системи відбору нових працівників відділом кадрового забезпечення, створення корпоративного медичного страхування в Державній податковій службі, ремонт приміщення Олександрівського управління.

Визначено роль професійного іміджу ревізора як державного службовця та надано рекомендації щодо його створення в Олександрівському управлінні у місті Запоріжжі. Професіоналізм державного службовця встановлено як набір якостей, який повинен бути притаманний не тільки освіченій людині, а й людині з високими моральними якостями. Тому створення іміджу ревізора відбувається за рахунок постійного саморозвитку, навчання та роботи з сучасними засобами PR для презентації вищої роботи в соціальних мережах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Whetten D. A. Social Actor Conception of Organizational Identity and Its Implications for the Study of Organizational Reputation Business and Society. – 2002. № 4. – P. 393-414.
2. Андреева Г.М. Психология социального познания : учеб. пособие для студентов вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М. : Аспект Пресс, 2009. 303 с.
3. Атаманчук Г. Про особливості професіоналізму в управлінні. Право та управління. XXI століття. № 2. 2012. С. 56–61.
4. Бабич К.П., Лахно И.А. Оценка имиджа предприятия. Бизнес–Информ. №8. М. : Наука, 1997. С. 47–58.
5. Балобанов А.А., Саламатов В.О. Понимание эффективности муниципального управления в городах России и Украины (Сравнительное инструментальное исследование). Городское управление. № 1. 2001. С. 20-44.
6. Барт Т.Г. Имидж менеджера : методичекие рекомендации. Ульяновск ск: УЛГТУ, 2001. 48 с.
7. Бхаттачарджи А.К., Ситник Н.І. Методологія і організація наукових досліджень: дослідження в соціально-економічних науках: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 159 с. Режим доступу : http://management.fmm.kpi.ua/wontent/uploads/2014/12/Sytnik_Methodology.pdf
8. Василевська Т. Е. Особистісні виміри етики державного службовця : монографія. К. : НАДУ, 2008. 336 с.
9. Ведерникова О.Н. Коррупция: нравственно-правовой аспект. Коррупция: политические, экономические, организационные и правовые проблемы: Сб. междунар. науч.-практ. конф. Москва, 2001. С. 427 - 438.
10. Войтович Р.В. Вплив глобалізації на систему державного управління (теоретико-методологічний аналіз): монографія Нац. акад. держ упр. при Президентіві України. К., 2007. 679 с.

11. Глазунова Н.І., Забродін Ю.М., Поршонєв А.Г. Державне і муніципальне управління : довідник. М. : Магістр, 1997. 496 с.
12. Горин С.В. Имиджология и репутациология: сходство и отличия. Корпоративная имиджология. – 2008. № 1. С. 72-77.
13. Гудзь П.В., Мишакова В.О. Регіональні особливості формування іміджу державної податкової служби. Відкриті еволюціонуючі системи: збірка праць п'ятої міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 19-21 травня 2020 р. Київ, 2020. С. 384-386.
14. ДБН В.1.1-7:2016. Пожежна безпека об'єктів будівництва. Загальні вимоги [На заміну ДБН В.1.1.7-2002; чинний від 2017-06-01.]. К. : Мінрегіон України, 2017. 47 с.
15. ДБН В. 2.5-28-2018. Природне і штучне освітлення. [На заміну ДБН В.2.5-28-2006; чинний з 2019-03-01]. К. : Мінрегіон України, 2018. 133 с.
16. ДБН В. 2.5-67:2013. Опалення, вентиляція та кондиціонування. [На заміну СНиП 2.04.05-91; крім розділу 5 та додатка 22; чинний від 2014-01-01]. К. : Мінрегіонбуд України, 2013. 149 с.
17. Державне управління: проблеми адміністративно-правової теорії та практики. За ред. В.Б. Авер'янова. К. : Факт, 2003. 384 с.
18. ДСанПІН 3.3.2.007-98. Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин. [Чинний від 1998-12-10]. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0007282-98#Text>
19. ДСН 3.3.6.037-99. Санітарні норми виробничого шуму, ультразвуку та інфразвуку. [Чинний від 1999-12-01]. К. : МОЗ України, 1999. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/rada/show/va037282-99>.
20. ДСН 3.3.6.042-99. Державні санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень. [Чинний з 1999-12-01]. К. : МОЗ України, 1999. Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/rada/show/va042282-99>.

21. ДСТУ EN 2:2014. Класифікація пожеж (EN 2:1992; EN 2:1992/A1:2004, IDT) [На заміну ГОСТ 27331-87; чинний з 2016-01-01.] К : Мінекономрозвитку України, 2014. 7 с.

22. ДСТУ Б В.1.1-36:2016. Визначення категорій приміщень, будинків та зовнішніх установок за вибухопожежною та пожежною небезпекою [На заміну НАПБ Б.03.002-2007; чинний від 2017-01-01] К. : Мінрегіонбуд України, 2016. 66 с.

23. ДСТУ Б В.2.5-82:2016. Електробезпека в будівлях і спорудах. [На заміну ДБН В.2.5-27-2006; чинний від 2017-04-01]. Вид. офіц. Київ : УкрНДНЦ, 2016. 110 с.

24. Загальнодоступний інформаційно-довідковий ресурс (ЗІР) Режим доступу : <http://zir.sfs.gov.ua/>(дата звернення 18.09.2020).

25. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент : Рабочая книга менеджера. СПб : Союз, 1997. 287 с.

26. Історія української державності: етапи становлення податкової служби України. Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/media-tsentr/novini/print-57022.html> (дата звернення 15.08.2020).

27. Кодекс законів про працю : Закон України від 23.07.1996р. №256/96-ВР. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, С. 143.

28. Коковский А. BSC как индикатор зрелости. Справочник экономиста. 2007. Июнь. Режим доступа : <http://www.intalev.ua/index.php?id=23907> (дата обращения: 11.05.2020).

29. Колосовська І.І. Формування іміджу місцевих державних адміністрацій в Україні : автореф. дис. к.н. з держ.упр. : 25.00.02. Львів: ЛНУ 2004. 17 с.

30. Колосок С. В. Формування іміджу установи в системі державного управління. Актуальні проблеми державного управління: наук. зб. №3. Одеса : Астро Принт, 2000. С. 84-90.

31. Конституція України : Закон України від 28 червня 1996р. №254к/96-ВР. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1996, № 30, с. 141.

32. Лавренко А.А., Лавренко О.В. Діловий етикет та імідж державного службовця. К. : Київський міський центр перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, керівників державних підприємств, установ та організацій, 2008. 72 с.

33. НАПБ А.01.001-14. Правила пожежної безпеки в Україні. [На заміну НАПБ А.01.001-04; чинний з 2014-12-30]. К. : МВС України, 2014. – 47 с.

34. НПАОП 0.00-7.15-18. Вимоги щодо безпеки та захисту здоров'я працівників під час роботи з екранними пристроям. [На заміну НПАОП 0.00-1.28-10; чинний від 2018-05-18]. К. : Мінсоцполітики України, 2018. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0508-18>.

35. НПАОП 40.1-1.01-97. Правила безпечної експлуатації електроустановок. [На заміну НАОП 1.1.10-1.01-85; чинний від 1997-10-06]. К. : Держнаглядохоронпраці, 1997. 97 с.

36. НПАОП 40.1-1.21-98. Правила безпечної експлуатації електроустановок споживачів. [На заміну ДНАОП 0.00.1.21-84; чинний від 1998-01-09]. К. : Мінпраці України, 1998. 89 с.

37. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління : посібник. К. : Академвидав, 2003. 568 с.

38. Офіційний сайт державної податкової служби. Режим доступу : <https://tax.gov.ua> (дата звернення 15.09.2020).

39. Офіційний сайт журналу «Вісник. Офіційно про податки» Режим доступу : <http://www.visnuk.com.ua/>(дата звернення 18.09.2020).

40. Офіційний сайт територіального органу ДПС у Запорізькій області. Режим доступу : <https://zp.tax.gov.ua/media-ark/publiczni-zahodi/397412.html> (дата звернення 18.04.2020).

41. Пантелейчук І.В. Трансформація іміджу органів державної влади: історичний аспект. Державне управління: теорія та практика: електрон. наук.

фах. вид. К., 2008. – № 2 (8). Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/Dutp/2008-2Moc.pdfZpanteleichuk.pdf>

42. Панченко Т.В. Принцип субсидіарності у сучасному демократичному розвитку : монографія. Харків : Майдан, 2011. 366 с.

43. Пірен М. Формування елітарної особистості управлінця в процесі здійснення адміністративної реформи в Україні. Підвищення ефективності державного управління : стан, перспективи та світовий досвід : зб. наук. пр. К. , 2000. С. 38 - 44.

44. Податковий кодекс України : Закон України від 02 грудня 2010 року № 2755 – VI. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2011. № 13-14, № 15-16, № 17.

45. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов. К.: АДЕФ-Украина, 1997. 328 с.

46. Правила експлуатації та типових норм належності вогнегасників [На заміну НАПБ Б.03.001-2004; чинний від 2018-02-23] К. : МВС України, 2018. 23 с.

47. Примак Т.О. Паблік рилейшнз у бізнесі: навч. посібник. К. : КНЕУ, 2006. 176 с.

48. Про державну службу : Закон України від 10.12.2015р. № 889-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2016. № 4. С. 43.

49. Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок та чоловіків : Закон України від 08.09.2005 №2866-IV. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2005, № 52, с. 561.

50. Про запобігання корупції : Закон України від 14.10.2014 № 1700-VII. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2014. № 13-14, № 49, с. 2056.

51. Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні : Закон України від 06.09.2020 №5207-VI. Відомості Верховної Ради (ВВР). 2013, № 32, с. 412.

52. Про затвердження Загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування : Наказ

Національного агентства України з питань державної служби від 05.08.2016 № 158. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1203-16> (дата звернення 23.05.2020).

53. Про затвердження Загальних правил поведінки державного службовця : Наказ Головного управління державної служби України від 23.10.2000 р. № 58. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0783-00> (дата звернення: 23.05.2020).

54. Про затвердження місії та стратегічних цілей діяльності ДПС до 2022 року : Наказ Державної податкової служби від 10 грудня 2019 року №205. Режим доступу : <https://tax.gov.ua/diyalnist-/zakonodavstvo-pro-diyalnis/nakazi-pro-diyalnist/74131.html> (дата звернення 15.08.2020).

55. Про затвердження Положення про організацію оповіщення про загрозу виникнення або виникнення надзвичайних ситуацій та зв'язку у сфері цивільного захисту : Постанова Кабінету Міністрів України від 27.09.2017 р. № 733. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/733-2017-%D0%BF#Text>

56. Про затвердження Положень про Державну податкову службу України та Державну митну службу України : Постанова Кабінету Міністрів від 6 березня 2019 р. № 227. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/227-2019> (дата звернення 10.08.2020).

57. Про затвердження Правил будови електроустановок. Електрообладнання спеціальних установок. (ДНАОП 0.00-1.32-01) : Наказ Міністерства праці на соціальної політики в Україні від 21.06.2001р. №272. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0272203-01#Text>

58. Про затвердження Правил етичної поведінки в органах Державної податкової служби : Наказ ДПС України №52 від 02.09.2019р. Режим доступу: <https://www.tax.gov.ua/diyalnist-/zakonodavstvo-pro-diyalnis/nakazi-pro-diyalnist/73616.html> (дата звернення 15.09.2020).

59. Про затвердження Правил пожежної безпеки в Україні : Наказ Міністерства внутрішніх справ України від 30.12.2014р. №1417. Режим

доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0252-15#Text> (дата звернення 01.11.2020).

60. Про затвердження правил улаштування електроустановок : Наказ Міністерства енергетики та вугільної промисловості від 21.07.2017р. №476. Київ : Міненерговугілля України. 2017. 617 с.

61. Про звернення громадян : Закон України від 02 жовтня 1996р. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1996, № 47, с. 256.

62. Про набори даних, які підлягають оприлюдненню (оновленню) у формі відкритих даних : Наказ ДПС України №181 від 25 листопада 2019р. Режим доступу : <https://tax.gov.ua/priymalna-gromadyan/dostup-do-publichnoi-inform/vidprovidalni-osobi/print-73943.html> (дата звернення 19.09.2020).

63. Про правила етичної поведінки : Закон України від 17 травня 2012 р. № 4722-VI. Відомості Верховної Ради. 2013, № 14, С. 94.

64. Про символіку Державної податкової служби : Указ президента України від 23 червня 2001 року №466/200. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/466/2001#Text> (дата звернення 15.08.2020).

65. Рацул А.Б., Довга Т.Я., Рацул А.В. Педагогіка: інформативний виклад: навч. посібник 2-ге вид., перероб. і доп. К. : КНТ, 2015. 320 с.

66. Рудакевич М.І. Професійна етика державних службовців: теорія і практика формування в умовах демократизації державного управління : монографія. Тернопіль : Астон, 2007. 399 с.

67. Савченко, І.А., Устинова, О.Є. Актуальні проблеми інтернет-комунікації між органом державного управління і громадянами: соціологічний аналіз. Політика і суспільство. – 2016. № 9 (141), С. 1233-1243.

68. Сагайдак М. П. Методичне забезпечення оцінки іміджу як складової внутрішнього маркетингу підприємства. Вісник Криворізького економічного інституту КНУ: наук. зб. №2 . Кривий Ріг : Світ, 2013. С. 148-156.

69. Семенов А.К. Психология и этика менеджмента и бизнеса. М. : Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999. 200 с.

70. Серьогін С.М., Лола В.В., Хожило І.І. Формування позитивного іміджу органів влади через підвищення якості надання адміністративних та соціальних послуг. К. : НАДУ, 2009. 32 с.

71. Скрипаченко Т.В. Сучасні умови діяльності вітчизняного керівника : Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України.- К., Вид-во «Любіть Україну», 2000, С. 55-59.

72. Тесленок І. М., Мишакова В.О. Роль професійної поведінки державного службовця при формуванні зовнішнього іміджу владної структури регіонального рівня / І. М. Тесленок, В. О. Мишакова // Наука, технології, інновації: світові тенденції та регіональний : Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 25–26 вересня 2020 р.)/ Редкол.: С.К. Бурма (відпов. ред.), П.А. Нємкова (коректор). ГО «Інститут інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної інформатики НАН України. – Одеса : ГО «Інститут інноваційної освіти», 2020. – С. 66-68.

73. Тесленок І.М., Мишакова В.О. Професійна етика державного службовця як фактор іміджу державного органу влади. *Тиждень науки-2020*: зб. тез доп. щоріч. наук.-практ. конф. серед студ., викл., наук., молод. вч. і аспір., м. Запоріжжя, 13-17 квіт. 2020 р. Запоріжжя, 2020. С. 183–184.

74. Тесленок І.М., Соріна О.О., Мишакова В.О. Зв'язки з громадкістю як основний інструмент формування іміджу державної податкової служби. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. – 2020. № 11.

75. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю: навч. посібник. К : НМЦВО, 2001. 560 с.

76. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011 (дата звернення 15.04.2020).

77. Феофанов О.А. Реклама. Новые технологии в России :учеб. пособие для подготовки профессионалов в сфере рекламы СПб : Питер, 2000. 37 с.

78. Цветков В.В. Державне управління: основні фактори ефективності (політико-правовий аспект). Харків : Право, 1996. 164 с.

79. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, публісити, репутація, імідж и бренд фірми : учеб. пособие. М. : Издат.-торгов. корпорация «Дашков и К», 2010. 272 с.

80. Яшин В.О. Демографічні та соціально-культурні аспекти розвитку єврейських громад. *Гуржіївські історичні читання*. К. : КНУ, 2014. С. 25-27.

ДОДАТКИ

Додаток А

Офіційна символіка державної податкової служби України



Рис. 1 Емблема державної податкової служби України



Рис. 2 Прапор державної податкової служби України



Рис. 3 Штандарт Голови державної податкової адміністрації України

Додаток Б

АНКЕТА

учасника дослідження зовнішнього іміджу Олександрівського
управління у місті Запоріжжі ГУ ДПС у Запорізькій області

Посада: _____

Стаж роботи на займаній посаді _____

Стаж роботи на державній службі _____

Показники	Бальна оцінка		
	1 бал	2 бали	3 бали
1	2	3	4
Перший рівень			
1) ділова репутація/сумлінність;			
2) надійність;			
3) інформаційна скритність;			
4) ділова активність.			
Сума			
Другий рівень			
1) лояльність споживачів (платників податків);			
2) психографія;			
Другий рівень			
1) значимість послуг організації для регіону;			
2) виконання організацією державних і регіональних законів;			
3) кількість робочих місць, що пропонується для мешканців регіону;			
Сума:			
Третій рівень			
1) уявлення широкої громадськості про соціальні цілі організації;			
2) роль організації в економічному, соціальному та культурному житті суспільства.			
Сума			
Разом:			

АНКЕТА

Учасника дослідження внутрішнього іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі ГУ ДПС у Запорізькій області

Посада: _____

Стаж роботи на займаній посаді _____

Стаж роботи на державній службі _____

Показники	Бальна оцінка		
	1 бал	2 бали	3 бали
1	2	3	4
Перший рівень			
Оцінка керівника:			
1) безпосередній аспект (вигляд кабінету);			
2) опосередкований аспект (предмети користування);			
3) вербальний аспект (манера спілкування та правопису);			
4) кінетичний аспект (жести, міміка і тілорухи);			
5) габітарний аспект (зовнішній вигляд);			
6) ментальний аспект (поведінка, соціальні стереотипи);			
7) фоновий аспект (образ у засобах масової інформації).			
Оцінка персоналу:			
1) компетентність;			
2) культура;			
3) соціально-демографічні характеристики.			
Сума:			
Другий рівень			
1) корпоративна культура;			
2) традиції;			
3) дизайн приміщень;			
4) дрес-код;			
5) фірмова символіка;			
6) етика.			
Сума			
Третій рівень			
- рівень конфліктності;			
- настрої колективу;			
- задоволеність роботою та умовами праці;			
- соціально-психологічний рейтинг.			
Сума			
Разом			

Додаток В

**П Р И С Я Г А**
державного службовця

Я, _____
(прізвище, ім'я, по-батькові)
усвідомлюючи свою високу відповідальність, урочисто присягаю, що буду вірно служити Українському народові, дотримуватися Конституції та законів України, втілювати їх у життя, поважати та охороняти права, свободи і законні інтереси людини і громадянина, честь держави, з гідністю нести високе звання державного службовця та сумлінно виконувати свої обов'язки.

(дата)

(підпис)

Про прийняття присяги зроблено запис в трудовій книжці.

(дата)

(підпис)

Додаток Д

Питання на перевірку знання Загальних правил етичної поведінки в органах Державної податкової служби

Питання	Варіанти відповідей	№ правильної відповіді
1. Яким чином ознайомлюється працівник правилами етичної поведінки в органах ДПС?	При прийнятті на роботу до ДПС кожен Працівник ознайомлюється зі змістом Правил та підписує відповідне повідомлення встановленої форми, яке долучається до особової справи Працівника.	
	При прийнятті на роботу до ДПС кожен ознайомлюється зі змістом Правил Відмітка про таке ознайомлення додається до тудової книжки працівника	
	При проведенні конкурсу до ДПС особа ознайомлюється зі змістом Правил. Відмітка про таке ознайомлення вноситься до протоколу.	
2. На чому ґрунтуються правила етичної поведінки в органах ДПС?	На положеннях законодавства про державну службу у сфері запобігання корупції, репутації працівників	
	На положеннях Конституції України	
	Обидві відповіді вірні	
3. Яка спрямованість правил етичної поведінки в органах ДПС?	Спрямовані на зміцнення авторитету ДПС та на забезпечення інформування громадян про норми поведінки працівників стосовно них.	
	Спрямовані на зміцнення авторитету ДПС, репутації працівників, а також на забезпечення інформування громадян про норми поведінки працівників стосовно них.	
	Спрямовані на зміцнення авторитету ДПС, репутації працівників.	
4. Яка основна мета діяльності працівників ДПС?	Служіння народу України та територіальній громаді, охорона та сприяння реалізації прав, свобод і законних інтересів людини і громадянина.	
	Служіння народу України, охорона та сприяння реалізації прав, свобод і законних інтересів людини і громадянина.	
	Служіння територіальній громаді, охорона та сприяння реалізації прав, свобод і законних інтересів людини і громадянина.	
5. Які дії мають забезпечувати довіру суспільства до ДПС?	Знання працівників ДПС норм чинного законодавства	
	Поведінка працівників ДПС	
	Вільне володіння державною мовою	

	працівниками ДПС	
6. На яких принципах ґрунтується етична поведінка працівників ДПС?	На принципах державної служби зазначених у загальних вимогах до поведінки цих осіб, визначених Законом України "Про запобігання корупції" та загальними правилами №158	
	На принципах державної служби визначених Законами України "Про державну службу»	
	На принципах державної служби зазначених у ЗУ "Про державну службу», на загальних вимогах до поведінки цих осіб, визначених Законом України "Про запобігання корупції" та загальними правилами №158.	
7. Коли враховується дотримання працівниками ДПС вимог Загальних правил?	Під час проведення щорічного оцінювання їх службової діяльності.	
	При встановлення розміру надбавки	
	При визначенні розміру премії.	
8. Які заходи повинні вжити керівники державних органів чи їх структурних підрозділів у разі виявлення чи отримання повідомлення про порушення цих Загальних правил?	В межах своєї компетенції відповідно до законодавства зобов'язані вжити заходів щодо припинення виявленого порушення, а у випадках виявлення ознак кримінального або адміністративного правопорушення також поінформувати спеціально уповноважених суб'єктів у сфері протидії корупції.	
	В межах своєї компетенції відповідно до законодавства зобов'язані вжити заходів щодо припинення виявленого порушення, усунення його наслідків та притягнення винних осіб до дисциплінарної відповідальності та проінформувати про такі факти уповноважений підрозділ з питань запобігання та виявлення корупції.	
	В межах своєї компетенції відповідно до законодавства зобов'язані вжити заходів щодо негайного припинення виявленого порушення, усунення його наслідків, притягнення винних осіб до дисциплінарної відповідальності та проінформувати про такі факти уповноважений підрозділ з питань запобігання та виявлення корупції, а у випадках виявлення ознак кримінального або адміністративного правопорушення також поінформувати спеціально уповноважених суб'єктів у сфері протидії корупції.	
9. Як повинен діяти працівник ДПС у разі виникнення сумнівів щодо	Він повинен вимагати його письмового підтвердження, після отримання якого зобов'язаний виконати такий наказ (розпорядження), доручення (крім явно злочинного наказу (розпорядження),	

<p>законності отриманого для виконання наказу (розпорядження), доручення керівника?</p>	<p>доручення).</p> <p>Він повинен вимагати його письмового підтвердження, після отримання якого зобов'язаний виконати такий наказ (розпорядження), доручення (крім явно злочинного наказу (розпорядження), доручення). Одночасно з виконанням такого наказу (розпорядження), доручення працівник зобов'язаний у письмовій формі повідомити про нього керівника вищого рівня або орган вищого рівня та уповноважений підрозділ з питань запобігання та виявлення корупції</p> <p>Він не повинен виконувати такий наказ (розпорядження), доручення. Одночасно працівник зобов'язаний у письмовій формі повідомити про нього керівника вищого рівня або орган вищого рівня та уповноважений підрозділ з питань запобігання та виявлення корупції</p>	
<p>10. Як повинні виконувати свої посадові обов'язки працівники ДПС?</p>	<p>Добросовістно, чесно, професійно, компетентно, сумлінно, результативно і відповідально, проявляти ініціативу, а також не допускати ухилення від прийняття рішень та відповідальності за свої дії та рішення</p> <p>Виконувати свої посадові обов'язки неупереджено, незважаючи на особисті ідеологічні, релігійні або інші погляди, не надавати будь-яких переваг та не виявляти прихильність до окремих фізичних чи юридичних осіб, громадських, релігійних та політичних організацій.</p> <p>Всі відповіді вірні</p>	
<p>11. Які вимоги до одягу працівників ДПС?</p>	<p>Одяг повинен бути офіційно-ділового стилю.</p> <p>Одяг повинен бути офіційно-ділового стилю і відповідати загальноприйнятим вимогам пристойності.</p> <p>Одяг повинен відповідати загальноприйнятим вимогам пристойності.</p>	
<p>12. Як повинні відноситись працівники ДПС до приватного життя інших осіб?</p>	<p>Мають право втручатися приватне життя інших осіб.</p> <p>У виняткових випадках можуть втручатися приватне життя інших осіб.</p> <p>Повинні поважати приватне життя інших осіб.</p>	
<p>13. Як повинні використовувати своє службове становище працівники ДПС?</p>	<p>Виключно для виконання своїх посадових обов'язків і доручень керівників, наданих на підставі та у межах повноважень, передбачених законодавчими та нормативно-правовими актами</p>	

	Виключно для вирішення своїх особистих питань.	
	Виключно для вирішення своїх особистих питань та питань своїх близьких осіб і друзів.	
14. Чи може працівник ДПС своє службове становище в політичних цілях?	Так. Їм дозволено у будь-який спосіб використовувати своє службове становище в політичних цілях, у тому числі для залучення інших працівників та осіб до участі у передвиборній агітації, акціях та заходах, що організуються політичними партіями.	
	Ні. Їм заборонено у будь-який спосіб використовувати своє службове становище в політичних цілях, але дозволено залучати інших працівників та осіб до участі у передвиборній агітації, акціях та заходах, що організуються політичними партіями.	
	Ні. Їм заборонено у будь-який спосіб використовувати своє службове становище в політичних цілях, у тому числі для залучення інших працівників та осіб до участі у передвиборній агітації, акціях та заходах, що організуються політичними партіями.	
15. Чи може працівник ДПС використовувати свої повноваження в особистих (приватних) інтересах?	Так. Їм дозволяється використовувати свої повноваження або своє службове становище в особистих (приватних) інтересах чи в неправомірних особистих інтересах інших осіб, у тому числі використовувати свій статус та інформацію про місце роботи з метою одержання неправомірної вигоди для себе чи інших осіб.	
	Ні. Їм забороняється використовувати свої повноваження або своє службове становище в особистих (приватних) інтересах чи в неправомірних особистих інтересах інших осіб, у тому числі використовувати свій статус та інформацію про місце роботи з метою одержання неправомірної вигоди для себе чи інших осіб.	
	Ні. Їм забороняється використовувати свої повноваження або своє службове становище тільки в особистих (приватних) інтересах.	
16. Чи мають право працівники ДПС використовувати ресурси держави?	Мають право використовувати ресурси ДПС (рухоме та нерухоме майно, кошти, службову інформацію, технології, інтелектуальну власність тощо) тільки в межах посадових обов'язків та доручень керівників, наданих на підставі та у межах повноважень, передбачених законодавчими та нормативно-правовими актами	
	Мають право використовувати ресурси ДПС	

	(рухоме та нерухоме майно, кошти, службова інформація, технології, інтелектуальна власність, робочий час, репутація тощо).	
	Не мають права.	
17. Чи мають право працівники ДПС використовувати державну і комунальну власність у приватних інтересах?	Ні. Вони зобов'язані раціонально і дбайливо використовувати державну власність, постійно підвищувати ефективність її використання, уникаючи надмірних і непотрібних витрат.	
	Ні. Вони зобов'язані раціонально і дбайливо використовувати державну власність, постійно підвищувати ефективність її використання, уникаючи надмірних і непотрібних витрат, а також не допускати зловживань та використання державного майна або коштів у приватних інтересах.	
	Як виняток, мають право.	
18. Як повинні використовувати робочий час працівники ДПС?	Робочий час має використовуватись як для виконання своїх посадових обов'язків, завдань і функцій так і для вирішення особистих питань.	
	Робочий час має використовуватись для вирішення особистих питань.	
	Робочий час має використовуватись виключно для виконання завдань і функцій, передбачених їх посадовими обов'язками	
19. Як повинні використовувати ресурси працівники ДПС?	Зобов'язані використовувати надані їм ресурси на власний розсуд.	
	Зобов'язані використовувати надані їм ресурси таким чином, щоб не завдавати шкоди навколишньому середовищу чи здоров'ю людей.	
	зобов'язані використовувати надані їм ресурси без обмежень та застережень.	
20. Як повинні діяти працівники ДПС під час виконання функцій держави?	Під час виконання функцій держави зобов'язані діяти виключно в державних інтересах	
	Під час виконання функцій держави зобов'язані діяти відповідно тільки в державних інтересах.	
	Під час виконання функцій держави зобов'язані використовувати своє службове становище в політичних цілях.	
21. Як повинні поводитись працівники ДПС?	Не повинні допускати, у тому числі позаробочий час, дій і вчинків, які можуть зашкодити інтересам ДПС	
	Не повинні допускати, у тому числі позаробочий час, дій і вчинків, які можуть негативно вплинути на репутацію працівника.	

	Не повинні допускати, у тому числі позаробочий час, дій і вчинків, які можуть зашкодити інтересам ДПС чи негативно вплинути на репутацію працівника	
22. Як повинні використовувати працівники ДПС службу інформацію?	Забороняється розголошувати персональні дані фізичних осіб, конфіденційну та іншу інформацію з обмеженим доступом, режим якої встановлено нормами чинного законодавства, що стала їм відома у зв'язку з виконанням посадових обов'язків.	
	Забороняється розголошувати персональні дані фізичних осіб, конфіденційну, режим якої встановлено нормами чинного законодавства, що стала їм відома у зв'язку з виконанням посадових обов'язків.	
	Забороняється розголошувати конфіденційну та іншу інформацію з обмеженим доступом, режим якої встановлено нормами чинного законодавства, що стала їм відома у зв'язку з виконанням посадових обов'язків.	
23. Як повинні діяти працівники ДПС у разі отримання повідомлень про загрозу чи факти неправомірного поширення інформації з обмеженим доступом?	Повинні негайно повідомити про це керівника органу, в якому працює.	
	Повинні негайно повідомити про це колег.	
	Повинні негайно повідомити про це безпосереднього керівника.	
24. Чи мають право працівники ДПС обмежувати доступ до публічної інформації?	Забороняється обмежувати доступ до публічної інформації, крім випадків, встановлених Законом України "Про доступ до публічної інформації".	
	Забороняється обмежувати доступ до публічної інформації.	
	Не забороняється обмежувати доступ до публічної інформації.	
25. Яких правил повинні дотримуватись працівники ДПС при спілкуванні?	При спілкуванні під час виконання посадових обов'язків повинні дотримуватись таких правил: - надавати інформацію із зазначенням даних, що її підтверджують;	
	При спілкуванні під час виконання посадових обов'язків повинні дотримуватись таких правил: - своєчасно надавати відповідно до законодавства іншим працівникам інформацію, необхідну для виконання ними посадових обов'язків;	

	- викладати інформаційні матеріали та повідомлення чітко, лаконічно та послідовно для однозначного їх сприйняття.	
	Всі відповіді вірні	
26. Як повинні поводитись працівники ДПС у відносинах з представниками органів влади іноземних держав, міжнародних організацій, іноземних установ?	Повинні додержуватись встановленого протоколу;	
	Повинні дотримуватися порядку обміну інформацією та взаємодії	
	Повинні дотримуватися загальних правил етикету.	
27. Яких етичних норм повинні дотримуватись працівники ДПС?	Неухильно дотримуватись загально визнаних етичних норм поведінки, бути взірцем добропорядності, вихованості і культури, дотримуватись високої культури спілкування (не допускати використання нецензурної лексики, підвищеної інтонації);	
	З повагою ставитись до прав, свобод та законних інтересів людини і громадянина, об'єднань громадян, інших юридичних осіб, не проявляти свавілля або байдужість до їхніх правомірних дій та вимог;	
	Всі відповіді вірні	
28. Які вимоги до працівників ДПС?	Мають дбати про авторитет державної служби.	
	Мають дбати про позитивну репутацію ДПС що включає дотримання правил етикету, належного зовнішнього вигляду, забезпечення високої якості роботи, встановленого внутрішнього службового розпорядку.	
	Всі відповіді вірні	
29. Як повинні відноситись працівники ДПС до народних звичаїв і національних традицій?	Шанувати народні звичаї.	
	Шанувати національні традиції.	
	Всі відповіді вірні	
30. Як повинні ставитись працівники ДПС до символів України та державної мови?	З повагою ставитися до державних символів України.	
	Використовувати державну мову під час виконання своїх посадових обов'язків, не допускати дискримінації державної мови.	
	Всі відповіді вірні	

