

УДК 351.08:174

Тесленок І.М.

канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

РОЗРОБКА ШЛЯХІВ ПОКРАЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО ОРГАНУ ВЛАДИ

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 поставлених державою. Дані обставини вимагають для підвищення ефективності діяльності державного органу влади в першу чергу вдосконалювати систему управління зовнішнім іміджем організації, що визначає актуальність даного дослідження.

Об'єктом дослідження є процес формування позитивного зовнішнього іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області.

Предметом дослідження є методи та підходи до управління іміджем державного органу влади.

Метою роботи є визначення шляхів покращення зовнішнього іміджу державного органу влади.

Аналіз складових зовнішнього іміджу Олександрівського управління у місті Запоріжжі Головного управління ДПС у Запорізькій області показав, що організації слід звернути увагу на споживчий та громадський імідж, адже саме ці складові знаходяться на середньому рівні ($< 2,3$).

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.

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.

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 громадськістю 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;
- 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.

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.