Методи підвищення операційної ефективності каналів комунікативного впливу громадянського суспільства

І. В. Чаплай, Міжрегіональна академія управління персоналом

В цілому в Україні склалась досить детально розроблена практика щодо управління суб'єктами господарювання державного сектору, хоча, на жаль, не всі її принципово важливі положення адаптують досвід управління громадським сектором. Так, наприклад, особливо на загальнодержавному рівні, загальна мета діяльності уряду – досягнення певних цілей політики, наприклад, в екологічних, соціальних або економічних аспектах. У даному контексті уряди повинні мати добре налагоджену роботу з громадським сектором щодо програм соціального забезпечення або охорони здоров'я для вивчення результативності надання послуг для цільових груп.

Установлено, що сьогодні удосконалення механізму впровадження сучасних технологій інформаційної присутності та інформування громадян про їх права, зокрема про право вибору, право відповідальності, є першим важливим кроком до їх участі в процесі контролю за виробленням та реалізацією державної політики. Отримуючи повну інформацію, інститути громадського суспільства можуть краще оцінювати ефективність державного сектору і надавати свої пропозиції. Однак, важливо, щоб такий обмін був двостороннім – від посадових осіб до громадян і навпаки. Це призводить до максимізації ефективності внутрішньо-системного управління, якісних удосконалень зовнішньо-управлінської результативності як органів державної влади, так і громадського сектору в цілому. Заходи контролю під час управління обома секторами мають бути безпосередньо пов'язані з використанням цих показників як для зворотного зв'язку, так і для прямого контролю. Це сприятиме виявленню нових стратегічних можливостей для досягнення цілей контролю та забезпечуватиме здатність використовувати існуючі можливості.

Ключові слова: державне управління; операційна ефективність; молодь; державно-громадянська комунікація; приріст українських громадян

Methods of increasing operational efficiency of the communication channels of civil society

I. V. Chaplay, Interregional Academy of Personnel Management

In general, Ukraine has developed a sufficiently detailed practice on the management of public sector entities, although unfortunately, not all of its fundamentally important provisions, adapt the experience of managing the civil sector. For example, especially at the national level, the overall goal of the government is to achieve certain policy goals, for example, in environmental, social or economic aspects. In this context, governments need to have well-organized work with the civil sector on social security programs or health care services to study service delivery performance for target groups.

It is established that today, improvement of the mechanism of introduction of modern technologies of information presence and informing citizens about their rights, in particular, about the right to choose, the right of responsibility is the first important step for their participation in the process of monitoring the development and implementation of state policy. By receiving full information, civil society institutions can better assess the effectiveness of the public sector and submit their proposals. Despite the apparent need for a thorough analysis of competitors of the communicative environment of the interaction of public authorities with the public, when formulating the state strategy, analysis is far from always sufficiently clear and comprehensive. The difficulty lies in the fact that a comprehensive analysis of the competitors of the communicative environment of the interaction of public authorities with the public requires a large amount of data, most of which is difficult to obtain without much effort. Many state authorities do not systematically collect information about competitors of the communicative environment of the interaction of public authorities with the public, but act on the basis of fragmentary information, informal impressions, assumptions and intuitions. The lack of qualitative information is extremely difficult to analyze the competitor's communicative environment of interaction between public authorities and the public.

However, it is important that such an exchange is bilateral - from officials to citizens, and vice versa. This leads to maximizing the effectiveness of internal system management and to qualitative improvements in external management performance both of public authorities and the public sector as a whole. Control measures in the management of both sectors should be directly linked to the use of these indicators, both for feedback and for direct control. This will help identify new strategic opportunities for achieving control objectives and ensure the ability to use existing capabilities.

Keywords: public administration; operational efficiency; youth; state and civil communication; growth of Ukrainian citizens

Методы повышения операционной эффективности каналов коммуникативного воздействия гражданского общества

И. В. Чаплай, Межрегиональной академии управления персоналом

В целом в Украине сложилась достаточно подробно разработанная практика по управлению субъектами хозяйствования государственного сектора, хотя, к сожалению, не все ее принципиально важные положения адаптируют опыт управления гражданским сектором. Так, например, особенно на общегосударственном уровне, общая цель деятельности правительства – достижение определенных целей политики, например, в экологических, социальных или экономических аспектах. В данном контексте, правительства должны иметь хорошо отлаженную работу с гражданским сектором по программам социального обеспечения или здравоохранения для изучения результативности предоставления услуг для целевых групп.

Установлено, что сегодня совершенствование механизма внедрения современных технологий информационного присутствия и информирования граждан об их правах, в частности о праве выбора, праве ответственности, является первым важным шагом к их участию в процессе контроля за выработкой и реализацией государственной политики. Получая полную информацию, институты гражданского общества могут лучше оценивать эффективность государственного сектора и предоставлять свои предложения. Однако, важно, чтобы такой обмен был двусторонним – от должностных лиц к гражданам и наоборот. Это приводит к максимизации эффективности внутрисистемного управления и к качественным усовершенствованиям внешней управленческой результативности как органов государственной власти, так и общественного сектора в целом. Меры контроля при управлении обоими секторами должны быть непосредственно связаны с использованием этих показателей как для обратной связи, так и для прямого контроля. Это будет способствовать выявлению новых стратегических возможностей для достижения целей контроля и обеспечивать способность использовать существующие возможности.

Ключевые слова: государственное управление; операционная эффективность; молодежь; государственно-гражданская коммуникация; прирост украинских граждан

Постановка проблемы.

В умовах інтеграції України до європейської та світової спільнот постає завдання розбудови сучасної соціально орієнтованої держави, успіх якої забезпечується такими вагомими факторами, як знання бажань та потреб громадян, швидке та гнучке реагування на їх вимоги. Це забезпечується завдяки вивченню можливостей і ефективному використанні різних маркетингових інструментів та технологій просування державних товарів і послуг, формуванню попиту існуючих та потенційних громадян-споживачів на засадах публічного маркетингу, що актуалізує розгляд даного питання.

Аналіз досліджень і публікацій.

Питання підвищення операційної ефективності каналів комунікативного впливу громадянського суспільства на державну політику є об'єктом дослідження таких науковців, як: Е. Афонін, В. Бебик, М. Білинська, О. Валецький, Т. Василевська, Л. Гонюкова, В. Гурковський, О. Дмитренко, Н. Дніпренко, В. Іванов, В. Карлова, Л. Климаська, В. Козаков, В. Ребало, В. Різун, Є. Романенко, А. Савков, С. Серьогін, Г. Ситник, І. Сурай, С. Телешун та інші.

Мета дослідження. Метою статті є характеристика каналів комунікативного впливу громадянського суспільства для посилення національної самосвідомості громадян.

Виклад основного матеріалу.

Шукаючи методи підвищення операційної ефективності каналів комунікативного впливу громадянського суспільства на державну політику та управління, вважаємо за доцільне зробити

акцент на необхідності зміни ставлення до громадян, що є безпосередніми споживачами державних послуг. Громадяни повинні мати ширші можливості для впливу на підвищення якості обслуговування, виражати невдоволення, проявляти солідарність у відношенні з іншими громадянами. Органи державної влади зі свого боку повинні вивчати досвід передових європейських країн, порівнюючи його та обговорюючи у публічному просторі [1].

Не є секретом той факт, що саме молодь є рушійною силою держави забезпечує її майбутній розвиток. На нашу думку, молодь – найважливіший ресурс побудови нації, поступового вирощування людського капіталу і його подальшого використання. Україні, як і будь-якій іншій країні, потрібні якісні людські розумові ресурси, щоб країна змогла виходити на рівень Європи. Однак, інколи держава відверто нехтує прагненнями молоді бути почутою і на щось реально впливати в країні.

Нерідко засоби масової інформації суворо обмежують інформацію, з якою має бути найперше ознайомлена молодь для глибшого розуміння державних проблем, а рішення політичних проблем виключаються з публічних дебатов. У даному контексті також постає питання про те, що послаблення національної самосвідомості громадян призводить до розривання зв'язків із власною державою і, як результат, починає зростати міграція, зменшується чисельність населення та кількість платників податків, формується реальна загроза розвитку держави [2].

Розчаровані неефективним станом влас-

ного впливу на управління державними справами та низькою якістю державних послуг, громадяни чітко виражають своє невдоволення у публічному просторі, заохочують молоде покоління пов'язувати своє майбутнє з іншими країнами, відмовитися від громадянства та продемонструвати свою лояльність до інших дер-

жав, що можуть краще піклуватися про їх благополуччя.

Так, за даними Аналітичного центру CEDOS, починаючи з 2009 року прослідковується неприємна тенденція до зростання динаміки кількості українських студентів у закордонних університетах (див. Рис. 1, 2, 3).

Рис. 1. Динаміка кількості українських студентів в закордонних університетах

Джерело: [3]

Рис. 2 Частка студентів-українців серед іноземних студентів, 2014-2015

Джерело: [3]

Рис. 3 Зростання кількості українських студентів в закордонних університетах

Джерело: [3]

Як бачимо, відносний та абсолютний приріст українських громадян у закордонних закладах освіти зростає. «Молоді вчені більше не налаштовані робити відкриття, шукати істину чи впроваджувати інновації у системі публічного урядування – вони налаштовані заробляти гроші, подорожувати світом і підвищувати рівень споживання, бажано в західних країнах» [4]. Це підкреслює перебільшені очікування молоді щодо перспектив розвитку України. Така ситуація вказує на необхідність змін у відносинах громадян із державою, в той час як висуваються і певні вимоги щодо діяльності самих громадських організацій.

Сьогодні необхідно запроваджувати такі форми реальних каналів комунікативного впливу громадянського суспільства на державну політику, в яких фігурує підхід до громадян як до клієнтів, а не прохачів. Орієнтація на інтереси громадян вказує на прийняття демократичних державно-владних рішень в Україні у контексті трансформації політичної системи, модернізації державного управління, а існування продуктивних форм та каналів комунікативного впливу громадянського суспільства на державну політику та управління визначають рівень розвитку країни.

Зростає урізноманітнення потреб споживачів, зростання конкуренції, взаємодія бізнесу, мобільність змін у конкурентному середовищі, значне збільшення та широка доступність сучасних маркетингових технологій, а також низка інших факторів спричинили підняття значення та актуальності досліджень проблем забезпечення конкурентного комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадські-

стю. При здійсненні своєї діяльності перед органами державної влади, як правило, постає низка проблем, пов'язаних із формуванням ефективного механізму взаємодії з громадськістю.

У контексті даного дослідження конкурентоспроможність комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю пропонується розуміти як здатність органу державної влади створювати та реалізовувати такі механізми взаємодії з громадськістю, що є привабливішими, ніж у конкурентів, що їх можуть використовувати приватні організації, установи.

Реалії сьогодення свідчать про те, що існує проблема щодо створення та забезпечення подальшого зростання рівня конкурентоспроможності середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю. Вона пов'язана, насамперед, із відсутністю необхідних знань та навиків у працівників органів державної влади щодо створення ефективної системи управління взаємодією з громадськістю.

В результаті здійсненого аналізу національного та міжнародного досвіду формування конкурентного комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю можна стверджувати, що збір усіх даних, необхідних для вивчення конкуренції на ринку державних товарів та послуг, зробити майже неможливо [5]. Більшість органів державної влади проводить лише частковий аналіз ринку державних послуг, рівня задоволеності громадськістю якістю їх надання, що дозволяє одержати інтуїтивне уявлення про поточні варіанти налагодження комунікативного діалогу, їх переваги і слабкі сторони. Значно менше уваги, як правило, приділяється розумін-

ню рушійних сил, що визначають поведінку громадян – їх майбутніх цілей і уявлень про власну позицію та стан своєї діяльності. Встановити ці рушійні сили значно складніше, ніж фактично вплинути на ситуацію у співпраці з громадськістю.

Проведений аналіз наукових поглядів експертів дає можливість критично аналізувати основні компоненти вивчення конкурентного комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю, що повинні розглядатися в якості основної частини цього процесу.

Перший компонент аналізу дослідження конкурентного комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю – діагностика цілей діалогу між державним та громадським секторами (і критеріїв досягнення цих цілей) – важливий із багатьох причин.

Хоча найчастіше органи державної влади звертають увагу на стратегічні, політичні, фінансові цілі, загальний аналіз цілей конкурентного комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю, як правило, повинен охоплювати багато інших чинників якісного характеру. Серед них: цілі, сформульовані в показниках соціальних результатів, результатів задоволеності громадськістю рівнем відкритості та прозорості в діяльності органів державної влади і т.д. Діагностика цілей повинна також розповсюджуватися на різні рівні управління конкурентного комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю.

Другий важливий компонент аналізу конкурентного комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю – виявлення уявлень про кожного конкурента, що діляться на дві основні категорії:

- уявлення конкурента про себе;
- уявлення конкурента про державне управління і конкурентне комунікативне середовище взаємодії органів публічної влади з громадськістю.

Кожен орган державної влади комунікує з громадськістю, виходячи з тих або інших уявлень про ситуацію, у якій він перебуває. Уявлення органу державної влади про власну ситуацію можуть бути правильними або неправильними. Якщо вони неправильні, виникає багатообіцяючий стратегічний засіб дії.

Так само кожен орган державної влади діє на основі уявлень про свою галузь і конкурентів у ній. Вони також можуть бути правильними або ні. Існує безліч прикладів, коли органи державної влади значно переоцінили або недооцінили ресурси чи кваліфікацію своїх конкурентів.

Третім компонентом аналізу дослідження конкурентного комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю є складання аналітичних документів про поточну стратегію конкурентів у сфері взаємодії з громадськістю. Стратегію конкурента доцільніше розглядати як основні напрями його політики в кожній функціональній сфері державного управління. Така стратегія може бути як явною, так і прихованою, але вона завжди існує в тому або іншому органі державної влади.

Проаналізувавши майбутні цілі, уявлення, поточні стратегії і потенційні можливості конкурентів комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю, ми можемо приступити до пошуку відповідей на ключові питання, що дають розширити базу досліджень конкуренції на ринку державних послуг.

Пошук відповідей на питання про дослідження конкурентів комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю породжує потребу в отриманні надійної та якісної інформації. Дані про конкурентів комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю можуть надходити з різних джерел: опублікованих звітів, ділової преси, від працівників системи надання державних послуг, оцінок з боку незалежних експертів, інформації, зібраної у колишніх менеджерів та інших співробітників конкурента комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю та ін. Як правило, всі дані, необхідні для проведення аналізу конкурентів комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю, не можуть бути зібрані відразу і цілком. Вони, звичайно, не приходять потоком, а накопичуються поступово, і для зведення їх воедино необхідний час, щоб одержати повну картину ситуації конкурента комунікативного середовища взаємодії органів публічної влади з громадськістю.

Висновки.

У статті дойдено висновку, що у демократичному суспільстві діяльність державного управління вважається ефективною, якщо його цілі зрозумілі, і більшість громадськості схвалює їх. Це вимагає створення необхідних організаційно-правових механізмів участі громадськості у прийнятті рішень, а також механізмів інформування громадськості про них. Вирішення цих питань потребує, по-перше, виокремлення підходів до визначення та аналізу поняття «механізм державного управління», його складових, а, по-друге, визначення концепцій та принципів його маркетингованих реалізацій та впровадження в сучасних умовах ринкових відносин.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

1. Деякі питання реформування державного управління України: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 черв. 2016 р. № 474-р. // Офіційний вісник України. – 2016. – № 55. – Ст. 1919.
2. Про схвалення Стратегії реформування державної служби та служби в органах місцевого самоврядування в Україні на період до 2017 року та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18 березня 2015 р. № 227-р // Урядовий кур'єр. – Офіц. вид. – 2015. – № 63.
3. Сайт аналітичного центру CEDOS. – Режим доступу: <https://cedos.org.ua/uk/osvita/ukrainski-studenty-za-kordonom-skilky-ta-chomu>
4. Сайт журналу Українська правда. – Режим доступу: http://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/54995807cd9a9/view_print/
5. Портер М. Е. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Е. Портер; пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. – Київ : Основи, 1998. – 390 с.

REFERENCES

1. Deiaci pytan'nia reformuvannia derzhavnoho upravlinnia Ukrainy: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 24 cherv. 2016 r. № 474-r. [Some issues of reforming the state administration of Ukraine: Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine from 24 June 2016, № 474-p]. (2016). *Official Bulletin of Ukraine*, 55, Art. 1919 [in Ukrainian].
2. Pro skhvalennia Stratehii reformuvannia derzhavnoi sluzhby ta sluzhby v orhanakh mistsevoho samovriaduvannia v Ukraini na period do 2017 roku ta zatverdzhennia planu zakhodiv shchodo yii realizatsii: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 18 bereznia 2015 r. № 227-r [On Approval of the Strategy for reforming the civil service and service in local self-government bodies in Ukraine for the period until 2017 and approval of the Action plan for its implementation: Decree of The Cabinet of Ministers of Ukraine from 18 March 2015, № 227-p]. (2015). *Government Courier*, 63 [in Ukrainian].
3. *Sait analitychnoho tsentru CEDOS [The site of the analytical center]*. Retrieved from <https://cedos.org.ua/uk/osvita/ukrainski-studenty-za-kordonom-skilky-ta-chomu> [in Ukrainian].
4. *Sait zhurnalu Ukrainska pravda [The site of the Ukrainian Pravda magazine]*. Retrieved from http://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/54995807cd9a9/view_print/ [in Ukrainian].
5. Porter, M.E. (1998). *Stratehii konkurentsii: metodyka analizu haluzei i diialnosti konkurentiv [Competition Strategy: A methodology for analyzing the industries and activities of competitors]*. (A. Oliinyk, R. Silskyi, Trans.). Kyiv: Osnovy [in Ukrainian].

Чаплай Ірина Віталіївна

Кандидат наук з державного управління, докторант кафедри публічного адміністрування
Міжрегіональна академія управління персоналом
03039, м. Київ, вул. Фрометівська, 2.

Chaplay Iryna V.

Ph.D. in Public Administration, doctoral student
Interregional Academy of Personnel Management
2, Frometovskaya Str., Kyiv, 03039, Ukraine

Email: irina_pravo@ukr.net

Цитування: Чаплай І. В. Методи підвищення операційної ефективності каналів комунікативного впливу громадянського суспільства / І. В. Чаплай // Аспекти публічного управління. – 2018. – Т. 6. – № 1-2. – С. 52-57.

Citation: Chaplay, I.V. (2018). *Metody pidvyshchennja operacijnoi' efektyvnosti kanaliv komunikatyvnogo vplyvu gromadjans'kogo suspil'stva [Methods of increasing operational efficiency of the communication channels of civil society]*. *Aspects of public administration*, 6 (1-2), 52-57.

Стаття надійшла / Article arrived: 15.01.2018

Схвалено до друку / Accepted: 19.01.2018