

роль в загальнодержавному процесі стратегічного планування. В існуючій системі оборонного планування складає довгострокове планування передбачає проведення оборонного огляду та видання Стратегічного оборонного бюлетеня України – основного стратегічного документа

розвитку Воєнної організації держави. Проте, відсутні механізми подальшого розвитку та уточнення окремих положень цього довгострокового документа, враховуючи щорічні результати розвитку військ (сил), зміни безпекового середовища та реальні видатки оборонного бюджету [7].

ЛІТЕРАТУРА

1. Про організацію оборонного планування : Закон України від 18 листопада 2004 року № 2198-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – № 4. – Ст. 97.
2. Про внесення змін до Закону України «Про організацію оборонного планування : проект Закону України від 12 грудня 2012 року № 0910
3. Шелест Є. Ф. Розвиток системи оборонного планування в збройних Силах України / Є.Ф. Шелест // Наука і оборона. – 2005. – № 2. – С. 7-15.
4. Зубарев В. В. Проблемні питання реалізації програмно-цільового управління розвитком ОБТ Воєнної організації України / В. В. Зубарев, О. П. Ковтуненко, П. П. Скурський, С. М. Химченко // Наука і оборона. – 2009. – № 4. – С. 23–34.
5. Василенко О. В. Основні аспекти оборонного планування розвитку озброєння та військової техніки / О. В. Василенко, І. В. Бороховостов // Наука і оборона. – 2011. – № 1. – С. 39-44.
6. Про затвердження Положення про організацію та здійснення середньострокового та короткострокового оборонного планування в Міністерстві оборони України і Збройних Силах України : Наказ Міністра оборони України від 19 січня 2010 року № 15
7. Нові підходи до організації системи оборонного планування в Збройних Силах України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://defpol.org.ua/site/index.php/en/arhiv/obonoglyad/1709-2010-04-08-10-45-34>

УДК 349.2

ВПЛИВ РЕПУТАЦІЙНИХ РИЗИКІВ НА ІМІДЖ ОРГАНІВ ВНУТРІШНІХ СПРАВ

Цільмак О.М.,

д.ю.н., доцент, професор

Одеський державний університет внутрішніх справ

Автор у статті розглядає питання впливу репутаційних ризиків на процес формування іміджу органів внутрішніх справ та розкриває різновиди репутаційних ризиків. Автором надано власне визначення поняттям: «репутаційний ризик», «соціальна репутація», «ділова репутація» та визначено етапи виявлення та управління репутаційними ризиками.

Ключові слова: ділова репутація, імідж, міліція, соціальна репутація, працівник, репутаційний ризик.

Цільмак А.Н. / ВЛИЯНИЕ РЕПУТАЦИОННЫХ РИСКОВ НА ИМИДЖ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ / Одесский государственный университет внутренних дел, Украина

Автор в статье рассматривает вопросы влияния репутационных рисков на процесс формирования имиджа органов внутренних дел и раскрывает разновидности репутационных рисков. Автором предоставлено собственное определение понятиям: «репутационный риск», «социальная репутация», «деловая репутация» и определены этапы выявления и управления репутационными рисками.

Ключевые слова: деловая репутация, имидж, милиция, социальная репутация, работник, репутационный риск.

Tsilmak O.N. / THE IMPACT OF REPUTATIONAL RISKS FOR THE IMAGE OF THE INTERNAL AFFAIRS BODIES / Odessa State University of Internal Affairs, Ukraine

The author of the article examines the impact of reputational risks for the process of forming the image of militia. The author believes that the image of Internal Affairs Bodies is formed by an objective way, the idea that symbolizes the essence of the law enforcement activities of law enforcement officers in the social environment. While the image of Internal Affairs Bodies employees – it is an objective portrait of the modern law enforcement officer. The article reveals the essence of selected by the author varieties of reputational risks, such as: strategic, financial, legal, procedural, technological, efficient, of liquidity and motivation. The author believes that reputational risk is the risk of loss social and business reputation of law enforcement bodies.

Social reputation is anchored public opinion about a separate personality of law enforcement officer or of a particular militia team (division, department, subdivision). Business reputation – it is a qualitative and quantitative objective assessment of the public process and results of law enforcement activities. Social and business reputation can be either positive or negative.

It is indicated that reputational risks can be divided into the following groups: domestic, ie those that are dependent on the level of processes within subdivisions of Internal Affairs Bodies, external, ie, those that are dependent on the general economic and industrial processes, and force majeure, ie, those that are based on the wrong circumstances, occur suddenly and unexpectedly.

To manage reputational risks it is necessary to observe the following steps: 1) identification, ie, obtaining prompt and objective information on the condition and size of reputational risks, 2) evaluation, ie, qualitative and quantitative measurement of reputational risks, and 3) monitoring, ie, the study of public opinion concerning social image of militia and the separate militia employee, 4) taking measures, ie, creation of the system of quick and adequate response on situations, managing reputational risks at the stage of negative trends, as well as to prevent the spread of reputational risks, and 5) monitoring for the result of implemented measures.

Key words: business reputation, image, militia, social reputation, employee, reputational risks.

Історія розвитку органів внутрішніх справ України є одночасно й історією становлення її іміджу. На сучасному етапі розвитку правоохоронних органів відмічається тенденція зниження іміджу міліції. Однією з причин такого явища є той факт, що діяльність правоохоронних

органів досить слабо, й в основному з негативного боку, представлена для громадян України в інформаційно-модерній потоці. Тому, з боку МВС України було розроблено «Комплексний план заходів з формування позитивного іміджу органів внутрішніх справ України на 2013-2014

роки», у якому визначено, що «...при співпраці зі ЗМІ вважати пріоритетною тематикою: соціальний ефект від щоденної роботи міліції; позитивний досвід участі громадськості в забезпеченні правопорядку; співпрацю міліції та громадських об'єднань з охорони громадського порядку; професійність та героїзм працівників; міліцейські і військові династії (із зосередженням уваги на позитивних мотивах, які спонукали молодь обрати професію батьків); науковий та інтелектуальний потенціал системи, участь учених, експертів, інших фахівців органів внутрішніх справ у вирішенні суспільно значущих завдань та проблем пересічних громадян; участь працівників органів внутрішніх справ у міжнародних миротворчих місіях...».

Тому, одним із стратегічних напрямків реформування органів внутрішніх справ є формування позитивного іміджу міліції шляхом подолання негативних факторів, які підривають авторитет системи МВС України.

Дослідженням іміджу присвячено також праці науковців, таких, наприклад, як: В. Королько О. Перелигіна, Г. Почепцов, Ю. Палеха, А. Шепель та ін. Так, теоретичним аспектам іміджу присвячені праці О. Перелигіної, В. Королька, Ю. Шепеля. Ю. Палеха пропонує шляхи практичного використання іміджу. Праці Г. Почепцова присвячені дослідженню особливостей іміджу в політичній сфері.

Накопичений у нашій країні досвід щодо створення іміджу міліції має велике історичне та практичне значення, хоча містить як позитивні, так і негативні моменти (Ю.Ф. Кравченко, М.І. Ануфрієв, О.М. Бандурка, О.Н.Ярмиш, Є.В. Зозуля, О.Л. Порфімович).

Питання щодо іміджу міліції розглянуто в роботах науковців, що працюють в різних напрямках психології, права, соціології, публік рилейшнз та іміджелогії. На сьогодні вивчено окремі складові іміджу міліції (І.В. Зозуля, В.С. Медведев, Г.Г. Почепцов, О.Л. Порфімович, В.О. Соболев, С.В. Табан), визначено деякі шляхи його формування (В.О. Олефір, О.І. Пометун, Ю.Р. Сурм'як, О.В. Ряшко), розглянуто застосування сучасних PR-технологій у створенні позитивного іміджу правоохоронця (О. Балинська, О.М. Бандурка, І.Д. Казанчук, А. Сарвас).

Питання формування позитивного іміджу міліції досліджували В. О. Болотова, І. В. Воробйова, Ю. О. Легеза, Н. С. Малушкіна, С. Л. Недов, Г. О. Пономаренко, О. Л. Порфімович, В.В. Столбова, А. С. Токарська, О. М. Чукаєва, О. Ф. Юрчук та ін. Що стосується психологічних досліджень іміджу взагалі та іміджу міліції зокрема, то таких робіт на сьогодні ще замало (Т.Г. Зайцева, А.О. Кононенко, В. Маценко, І.М. Мельник, Є.Б. Перелигіна, Т.В. Скрипаченко).

На думку, В.В. Столбової [1] імідж міліції можна класифікувати за: а) функціональним спрямуванням: дзеркальний, поточний, бажаний, персональний, корпоративний, множинний, подвійний; візуальний (габітарний), комунікативний, політичний, професійний, телевізійний, радіо-імідж, кінетичний, діловий імідж; б) змістом: соціальний, імідж керівника і його команди, імідж території, ідеї, проекту; в) ступенем раціональності сприйняття: когнітивний та емоційний; г) спрямованістю проявів: зовнішній і внутрішній; д) зовнішнім сприйняттям: візуальний, аудіальний; е) часом: тимчасовий, мінливий і постійний; ж) реальністю існування: віртуальний (уявний) і реальний, змішаний; з) шляхом використання або існування – контекстний; к) порівнянням близьких іміджів: порівняльний; л) емоційним спрямуванням: позитивний і негативний; м) цілеспрямованістю діяльності підрозділів зв'язків з громадськістю ОВС відносно формування: природний і штучний; стихійний і цілеспрямовано сформований.

У теорії управління детально досліджуються ризики, впливаючи на імідж підприємства або організації, які називають репутаційними ризиками. Однак, у правоохоронній системі, оцінка іміджу органів внутрішніх справ

здійснюється через фактори, які на нього впливають. На нашу думку, вагоме значення для реформування органів внутрішніх справ у бік покращення іміджу мають саме питання встановлення та визначення репутаційних ризиків для управління ними.

Метою статті є класифікація різновидів репутаційних ризиків, які впливають на імідж правоохоронних органів.

Позитивний імідж міліції як органу виконавчої влади є істотним чинником підвищення ефективності її діяльності. Формування позитивного іміджу правоохоронних органів – процес складний і тривалий та міцно пов'язаний з процесом налагодження тісних зв'язків з громадськістю, співробітництва та вирішення спільних питань, тобто з механізмом формування довіри населення до правоохоронних органів.

На нашу думку, імідж органів внутрішніх справ – це сформований об'єктивний образ, уявлення, що символізує сутність правозастосовної діяльності правоохоронців в соціальному просторі. Тоді як імідж працівника ОВС – це об'єктивний портрет сучасного правоохоронця.

Імідж органів внутрішніх справ слід розглядати у широкому на вузькому значенні. У широкому значенні – це імідж органів внутрішніх справ, в вузькому – це імідж конкретного працівника ОВС. Імідж ОВС залежить від іміджу його працівників та навпаки. Отже, кожний працівник органів правопорядку повинен підтримувати авторитет та імідж міліції у масовій свідомості і соціальній реальності сьогодення.

Механізм формування громадської думки стосовно діяльності правоохоронних органів технологічно забезпечується послідовністю таких дій працівників ОВС: позиціонування себе, привертання та втримання уваги; викликання позитивного інтересу, зняття напруги і недовіри, ініціювання бажання співпрацювати з міліцією, коректування негативного іміджу, усунення репутаційних ризиків, підвищення позитивного рейтингу. Слід підкреслити, що погіршення іміджу органів і підрозділів внутрішніх справ відбувається завдяки певним репутаційним ризикам.

На нашу думку, репутаційний ризик – це ризик втрати правоохоронними органами соціальної та ділової репутації. Соціальна репутація – це закріплена у громадськості об'єктивна думка про окрему особистість правоохоронця або про певний міліцейський колектив (відділення, відділ, підрозділ). Ділова репутація – це якісна та кількісна об'єктивна оцінка громадськістю процесу та результатів правозастосовної діяльності.

Соціальна та ділова репутація ОВС визначається шляхом якісної та кількісної оцінки громадськістю таких параметрів: правомірності дій та поведінки персоналу ОВС, рівня корпоративної культури правоохоронців, репутації правоохоронців, соціальної позиції ОВС, результатів правоохоронної діяльності, типів управлінських рішень керівної ланки МВС, отриманої від ЗМІ інформації щодо правоохоронної діяльності, міжнародного визнання правоохоронних органів тощо. Отже, репутація ОВС зачіпає явища різного масштабу – від щоденного життя до відносин між громадськістю та міліцією. Таким чином, репутація ОВС – це розгорнутий комплекс оціночних уявлень громадськості про міліцію, сформованих на основі об'єктивних факторів, що мають значення для соціуму.

Соціальна та ділова репутація може бути як позитивною, так і негативною. Позитивна – пов'язана з позитивним ставленням громадськості до ОВС, з довірою до них і впевненістю в позитивному результаті співпраці. Негативна – пов'язана з негативним ставленням громадськості до ОВС, з недовірою до міліції.

Втрата репутації впливає на формування негативного іміджу міліції та базується на певних видах ризиків. Отже, успіх або невдача формування позитивного іміджу органів внутрішніх справ залежить від таких різновидів репутаційних ризиків, як:

1) правовий, тобто залежить від ступеня досконалості правової системи, від чіткості дотримання міліцією вимог українського законодавства, укладених договорів;

2) стратегічний, тобто залежить від якості довгострокового планування перспектив розвитку ОВС; напрямів діяльності, шляхом вирішення проміжних правоохоронних тактичних завдань;

3) фінансовий, тобто залежить від ступеня матеріально-технічного забезпечення життєдіяльності працівників ОВС;

4) процесуальний, тобто залежить від загальної людської якісної та кількісної оцінки й загального узагальнення процесуальної складової правозастосовної діяльності. Процесуальний ризик пов'язаний із скоєними працівниками ОВС помилками;

5) технологічний, тобто залежить від якості застосування певних новітніх технологій, методів, прийомів та засобів правозастосовної діяльності;

6) результативний, тобто залежить від конкретних результатів правозастосовної діяльності;

7) ліквідності, тобто залежить від здатності працівників ОВС правомірно, кваліфіковано, компетентно, своєчасно та у повному обсязі виконувати професійні зобов'язання;

8) мотиваційний, тобто залежить від потреб, прагнень та мотивів працівників ОВС. Матеріальне та нематеріальне мотивування персоналу ОВС забезпечує ефективність та результативність правоохоронної діяльності.

Таким чином, усі репутаційні ризики можна поділити на такі групи:

– внутрішні, тобто такі, що залежні від рівня процесів всередині підрозділів ОВС. До них слід віднести такі різновиди репутаційних ризиків як: процесуальний, технологічний, результативний, ліквідності та мотивувальний;

– зовнішні, тобто такі, що залежні від загальнооекономічних і галузевих процесів. До них слід віднести такі різновиди репутаційних ризиків як: стратегічний, фінансовий та правовий;

– форс-мажорні, тобто ті, що засновані на невідомому збігу обставин, виникають раптово та несподівано.

Таким чином, зазначена нами класифікація репутаційних ризиків вказує на складну систему забезпечення позитивного іміджу міліції. На нашу думку, необхідно своєчасно виявляти, визначати, вимірювати, оцінювати та управляти репутаційними ризиками.

Для управління репутаційними ризиками необхідно дотримуватися таких етапів:

1) виявлення, тобто отримання оперативних і об'єктивних відомостей про стан і розміри репутаційних

ризиків;

2) оцінка, тобто якісний і кількісний вимір репутаційних ризиків;

3) моніторинг, тобто вивчення соціальної думки громадськості щодо іміджу ОВС та конкретного працівника міліції;

4) вжиття заходів, тобто створення системи швидкого і адекватного ситуації реагування, управління репутаційними ризиками на стадії виникнення негативної тенденції, а також системи, спрямованої на запобігання поширення репутаційних ризиків;

5) контроль за результатами вжитих заходів.

На сучасному етапі система оцінювання діяльності працівників усіх структур та підрозділів визначена у наказі МВС України від 25 травня 2010 року № 197 «Про затвердження системи оцінки діяльності органів внутрішніх справ на основі нових критеріїв» [2]. Відповідно до цього наказу діяльність із формування позитивного іміджу оцінюється за двома критеріями [2]:

– звернення громадян за показниками (кількість зареєстрованих заяв та скарг, що надійшли до підрозділу ОВС від фізичних чи юридичних осіб на неправомірні дії працівників міліції, у тому числі під час приймання, реєстрації й розгляду заяв, повідомлень та іншої інформації про події, інформація за якими підтвердилася);

– загальна оцінка роботи міліції за показниками (громадська думка про стан правопорядку в регіоні та країні загалом за результатами соціологічних досліджень (опитувань)).

І. Бойко до науково обґрунтованих підходів до основних критеріїв оцінки діяльності органів і підрозділів внутрішніх справ України відносить [3]: довіру населення до міліції, громадську думку про стан правопорядку в державі (має визначатися за результатами соціологічних досліджень в окремих регіонах країни). На нашу думку, для оцінювання іміджу ОВС необхідно обов'язково здійснювати якісну та кількісну оцінку класифікованих нами репутаційних ризиків.

Для досягнення високого рівня суспільної користі правозастосовної діяльності МВС України кожний працівник ОВС повинен усвідомлювати соціальну значущість своєї діяльності та її результатів. У контексті цієї проблеми на перше місце висуваються професійно важливі та морально-етичні якості особистості правоохоронця, загальний рівень його корпоративної міліцейської культури, а також процес ефективного управління репутаційними ризиками, які й відіграють головну роль у створенні позитивного іміджу органів правопорядку в очах пересічних громадян і українського суспільства загалом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Столбова В. В. Класифікація та структура іміджу міліції / В. В. Столбова // Іменем закону. Науковий вісник. – 2008. – № 2(6). – С. 16–21.
2. Про затвердження системи оцінки діяльності органів внутрішніх справ на основі нових критеріїв: Наказ МВС України від 25 травня 2010 року № 197.
3. Бойко І. В. Основні критерії оцінки діяльності органів і підрозділів внутрішніх справ України / І. В. Бойко // Правова інформатика. – 2003. – № 1. – С. 9–22.