

МИНОБРНАУКТ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
Образовательное учреждение высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра менеджмента в образовании

Формирование имиджа организации
«Администрация Октябрьского района»

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса, 411 группы
направления 38.03.02 «Менеджмент»
Института дополнительного профессионального образования
Сакау Алины Вячеславовны

Научный руководитель

доцент кафедры менеджмента в образовании,

к.ф.н., доцент _____ «__» _____ 2023 г. / Н.П. Лысикова /

Зав. кафедрой

д-р эк.н., профессор _____ «__» _____ 2023 г. / Н.В. Митяева /

Саратов 2023

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования формирования имиджа организации связано с тем, что в настоящее время особенно в сфере взаимодействия власти и общества значительное внимание уделяется вопросам имиджа, если органы власти не располагают к себе население, то взаимодействие между данными субъектами, в большинстве случаев, рискует быть неэффективным. Восприятие имиджа органов власти, являющегося основой репутации в общественно-политических и деловых кругах, становятся архиважным ресурсом, содействующим налаживанию отношений с гражданским обществом, успешной реализации проектов экономического и политического характера. Целенаправленная деятельность по формированию и использованию положительного имиджа власти дают также отличные конкурентные преимущества определённым территориям и обеспечивают их победу в главном соревновании территорий в России: за инвестиции, расположение избирателей и федеральной власти, лучшие трудовые ресурсы.

Кроме общих положений о значимости имиджа для органа власти и подведомственной ему территории, актуальность формирования организационного имиджа заключается и в том, что в современном российском обществе наблюдаются тенденции преобладания негативных оценок деятельности властных структур. Подобные настроения приводят к тому, что различные властные инициативы не находят должного отклика и поддержки у населения, уровень доверия к власти снижается, коммуникация в цепочке «власть – гражданское общество» требует незамедлительных оптимизирующих действий.

Отсюда следует необходимость формирования позитивного имиджа местных органов власти, выстраивания результативной системы их взаимодействия с населением.

Вопросам формирования и продвижения корпоративного имиджа компании и его оценки посвящены научные исследования зарубежных и отечественных ученых: О.Н. Герасимова, А.Н. Загородникова, С.Н.

Комаровой, Зубовой В.А. и других ученых. Анализ структурного содержания имиджа анализируется в работах А.О. Завьяловой, Э.А. Осканян, значение позитивного корпоративного имиджа для повышения конкурентоспособности исследуют М.А. Измайлова, Ю.А. Саттарова; проблемы формирования корпоративного имиджа организации и его оценка последовательно рассматриваются Л.М. Семёновой; вопросам, прямо или косвенно связанным с созданием и поддержкой положительного имиджа компании, посвящены труды исследователей А.А. Тимониной, Ф.Д. Ульбашевой, В.М. Шепель, Н.П. Лысиковой.

Объектом бакалаврской работы выступает имиджевая деятельность в системе муниципальной службы.

Предметом исследования являются технологии организации имиджевой работы в Администрации Октябрьского района г. Саратова.

Цель бакалаврской работы состоит в разработке практических рекомендаций по организации имиджевой деятельности в Администрации Октябрьского района г. Саратова. Достижение поставленной цели исследования требует решения ряда следующих *задач*:

- исследовать составляющие положительного имиджа современной организации: определить понятие и основные характеристики положительного корпоративного имиджа; рассмотреть целевые группы как объекты формирования имиджа организации; изучить алгоритм формирования положительного корпоративного имиджа;
- провести анализ формирования имиджа организации «Администрация Октябрьского района»: привести основные направления деятельности организации «Администрация Октябрьского района»; охарактеризовать корпоративный имидж Администрации Октябрьского района; провести SWOT-анализ имиджа организации;
- определить социально-экономическую эффективность имиджа организации «Администрация Октябрьского района»;

- разработать мероприятия по совершенствованию имиджа Администрации Октябрьского района;
- оценить эффективность специальных событий по формированию положительного имиджа организации «Администрация Октябрьского района».

Теоретическую основу бакалаврской работы составили труды следующих авторов: Д.А. Вылегжанина, С.М. Емельянова, А.Н. Загородников, Г.Г. Почепцова, Д.О. Селентьева, В.М. Шепеля, Ю.А. Саттаровой, Н.П. Лысиковой Н.П., Герасимова О.Н.

Методологической основой исследования стали методы анализ и синтез, индукция и дедукция, анализ сетевых источников, в том числе анализ материалов официального сайта, статистические методы, комплекс специализированных инструментов (SWOT-анализ, методика OCAI (оценка организационной культуры), методика оценки соответствия корпоративного имиджа организации позитивному, анкетирование и онлайн-опрос), что позволило проанализировать состояние деятельности Администрации Октябрьского района, а также дать оценку процессу формирования корпоративного имиджа в Администрации в настоящее время, выделить значение и роль положительного имиджа, которые при эффективном менеджменте способствуют упрочению доверия населения к органам местного самоуправления.

Практическая значимость бакалаврской работы состоит в том, что её результаты могут быть использованы органами местного самоуправления для решения вопросов формирования собственного имиджа как организационно-политического фактора, а также дальнейших разработок решения проблем имиджмейкинга применительно к органам власти. Тезисы и выводы могут быть задействованы в процессе подготовки рекомендаций прикладного характера для имиджевых программ и стратегий организации.

Структура бакалаврской работы определена её целью и задачами, и состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных

источников и приложение – Анкета по оценке корпоративного имиджа «Администрации Октябрьского района».

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе работы «Составляющие положительного имиджа современной организации» рассмотрено понятие и основные характеристики положительного корпоративного имиджа, целевые группы как объекты формирования имиджа организации, изучен алгоритм формирования положительного корпоративного имиджа.

Проведенный теоретический обзор по теме исследования позволил сделать вывод о том, что корпоративный имидж представляет собой целостное восприятие (понимание и оценку) организации различными группами общественности, формирующееся на основании хранящейся в их памяти информации о различных сторонах ее деятельности. Он является важным инструментом достижения стратегических целей деятельности любой организации, вне зависимости от её принадлежности к коммерческим, некоммерческим или государственным структурам. Позитивный имидж повышает их конкурентоспособность среди других субъектов, содействует повышению доверия целевой аудитории компании (потребителей товаров или услуг, населения и гражданского общества – применимо к органам государственной и муниципальной власти). Основными характеристиками положительного корпоративного имиджа организации являются: имидж товара, имидж потребителей, внутренний имидж, имидж основателя и основных руководителей, имидж персонала, визуальный имидж, социальный имидж и бизнес-имидж.

Непосредственным объектом формирования имиджа любой организации являются целевые группы. В общем виде для большинства организаций они представлены такими элементами, как: потребители, бизнес-сообщество, социальная сфера, государственные органы и персонал. Для каждой целевой группы существуют свои факторы, оказывающие

наиболее сильное воздействие на видение организации представителями данных групп. Руководство организации должно знать и учитывать приоритетные целевые группы с целью формирования положительного имиджа, соответствующего целям и задачам ведения ее деятельности в целом.

Алгоритм формирования положительного корпоративного имиджа организации может быть представлен как поэтапно реализуемый процесс. На первом этапе осуществляется оценка первоначального состояния имиджа организации; на втором – разрабатывается план мероприятий по формированию положительного корпоративного имиджа; на третьем – осуществляется непосредственная реализация плана; на четвёртом – подводятся итоги проделанной работы, делаются выводы о достижении либо недостижении поставленных целей. Процесс развития положительного корпоративного имиджа должен осуществляться непрерывно. Важно, чтобы члены организации, включая руководство и персонал, понимали важность данной процедуры, прикладывали к его формированию максимальные усилия в рамках своей компетенции и поставленных задач. При формировании имиджа организации могут применяться современные методы и инструментарий, всевозможные виды рекламы и деятельности по связям с общественностью, учитывая его целесообразность и доступность для самой компании.

Во второй главе «Анализ исследования формирования имиджа организации «Администрация Октябрьского района» даны основные направления деятельности организации «Администрация Октябрьского района», охарактеризован её корпоративный имидж, проведён SWOT-анализ имиджа Администрации.

При обобщении результатов оценки корпоративного имиджа Администрации Октябрьского района и сведений, полученных в результате проведённого SWOT-анализа, были сделаны следующие выводы:

во-первых, эмпирический анализ показал, что в настоящий момент имиджевая составляющая деятельности Администрации носит фрагментарный характер, отсутствует единый системный подход к формированию положительного имиджа органа местного самоуправления. Администрацией не определён комплекс объективных и субъективных показателей оценки уровня имиджа. Одновременно, можно высоко оценить работу Администрации над собственным социальным имиджем, что проявляется в участии органа местного самоуправления и муниципальных служащих в благотворительных акциях и иных мероприятиях социальной направленности;

во-вторых, деятельность по созданию позитивного имиджа требует предварительного конструирования на основе ситуационного анализа и прогноза предполагаемой эффективности. Успешность процесса формирования положительного имиджа Администрации Октябрьского района может быть оценена по наличию либо отсутствию в образе, сформированном в сознании большинства жителей района, таких характеристик местной администрации как доступность, информационная открытость, компетентность, законность, честность, доверие, отзывчивость, повышенная социальная ответственность, что особенно актуально в современных сложных условиях.

В третьей главе выпускной квалификационной работы «Предложения по формированию положительного имиджа организации «Администрация Октябрьского района» определена социально-экономическая эффективность имиджа организации «Администрация Октябрьского района», предложены мероприятия по совершенствованию имиджа Администрации, а также оценена эффективность специальных событий по формированию положительного имиджа организации «Администрация Октябрьского района».

Определение социально-экономической эффективности имиджа организации «Администрация Октябрьского района» позволило установить,

что в рамках работы над формированием имиджа Администрации сотрудникам органа власти необходимо проводить регулярные встречи с сотрудниками вышеназванных организаций, повышать информированность жителей района о проводимой работе. Иными словами, необходима пропаганда гражданской активности. Недостаточное внимание местной власти к вопросам обеспечения открытости в своей деятельности приводит к возникновению безосновательных суждений населения о муниципальных служащих, становится препятствием для формирования в обществе положительного имиджа и престижа муниципальной службы, снижает уровень общественного доверия к деятельности Администрации и принимаемым ей мерам. Формирование негативного имиджа Администрации Октябрьского района, как удалось определить, связано с объективными факторами (отдельными дисфункциями системы управления и недостатками в работе муниципальных служащих Администрации), так и с предвзятым отношением к органу власти и его сотрудникам, в основе чего лежит дефицит объективной информации. Положительные компоненты имиджа Администрации Октябрьского района, связаны, как можно предположить, в основном с восприятием населением деятельности Администрации как нужной для общества и нацеленной на решение социально-значимых задач.

Выявленные в ходе оценки корпоративного имиджа Администрации проблемы определяют наличие необходимости совершенствования имиджа Администрации Октябрьского района. Предлагаемые мероприятия направлены на улучшение качества информированности населения о деятельности Администрации, повышение уровня административной этики у муниципальных служащих Администрации, увеличение уровня доверия населения района к деятельности органа местного самоуправления.

В целях решения проблемы, связанной с формированием негативного имиджа Администрации Октябрьского района, предложено реализовать пилотный проект «Формирование положительного имиджа Администрации

Октябрьского района». Цель проекта мероприятий состоит в формировании позитивного имиджа Администрации Октябрьского района.

В рамках вышеназванного проекта предлагается реализовать ряд мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа Администрации:

1. Проведение семинаров по формированию имиджа у муниципальных служащих Администрации Октябрьского района является очень эффективным инструментом в процессе формирования имиджа Администрации.

2. Организация и проведение «Дней открытых дверей» для всех желающих жителей района.

3. Организация и проведение «Дня муниципального служащего» в Октябрьском районе г. Саратова.

4. Включение в Администрацию Октябрьского района должности имиджмейкера - специалиста, профессиональная деятельность которого нацелена на формирование положительного образа администрации и муниципальных служащих.

Реализация данного проекта позволит улучшить имидж Администрации Октябрьского района. В частности, проект поможет повысить эффективность местного самоуправления посредством глубокого изучения актуальных и проблемных ситуаций, выявляемых при изучении внешнего имиджа Администрации. Иными словами, Администрация сможет своевременно реагировать на вызовы и потенциальные опасности внешней среды, которые будут выражаться в негативной оценке имиджа органа местного самоуправления со стороны населения. Воплощение в жизнь предложенных мероприятий также даст возможность улучшить взаимодействие Администрации и населения, увеличит открытость органов местного самоуправления. Результатом этого станут новые возможности вовлечения всех слоёв населения в процесс управления деятельностью Администрации, включая формирование её имиджа, возможности

регулярной диагностики общественного мнения и налаживание активного и продуктивного взаимодействия со СМИ в сторону большего освещения положительных моментов деятельности Администрации и её достижений.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В выпускной квалификационной работе был проведён анализ корпоративного имиджа Администрации Октябрьского района г. Саратова, выявлены основные проблемы и разработаны предложения по совершенствованию существующего имиджа. Основным направлением деятельности Администрации Октябрьского района является представление интересов муниципального образования в отношениях с федеральными органами власти, органами власти субъектов Российской Федерации, муниципальными образованиями, юридическими и физическими лицами по вопросам, отнесенным к компетенции администрации района.

В целях реализации прав граждан на осуществление местного самоуправления администрация района также содействует организации и деятельности на территории района различных форм самоуправления граждан, в том числе территориального общественного самоуправления, в соответствии с действующим законодательством и решениями городской Думы, регулирующими вопросы организации и осуществления территориального общественного самоуправления в муниципальном образовании «Город Саратов».

Эмпирический анализ показал, что в настоящий момент имиджевая составляющая деятельности Администрации носит фрагментарный характер, отсутствует единый системный подход к формированию положительного имиджа органа местного самоуправления. Администрацией не определён комплекс объективных и субъективных показателей оценки уровня имиджа. Наряду с этим, можно высоко оценить работу Администрации над собственным социальным имиджем, что проявляется в участии органа

местного самоуправления и муниципальных служащих в благотворительных акциях и иных мероприятиях социальной направленности.

Также было выявлено, что деятельность по созданию позитивного имиджа Администрации Октябрьского района требует предварительного конструирования на основе ситуационного анализа и прогноза предполагаемой эффективности. Успешность процесса формирования положительного имиджа Администрации Октябрьского района может быть оценена по наличию либо отсутствию в образе, сформированном в сознании большинства жителей района, таких характеристик местной администрации как доступность, информационная открытость, компетентность, законность, честность, доверие, отзывчивость, повышенная социальная ответственность, что актуально в текущих сложных условиях.

Определение социально-экономической эффективности имиджа организации «Администрация Октябрьского района» позволило установить, что в рамках работы над формированием имиджа Администрации сотрудникам органа власти необходимо проводить регулярные встречи с сотрудниками вышеназванных организаций, повышать информированность жителей района о проводимой работе.

Формирование негативного имиджа Администрации Октябрьского района, как удалось определить, связано с объективными факторами (отдельными дисфункциями системы управления и недостатками в работе муниципальных служащих Администрации), так и с предвзятым отношением к органу власти и его сотрудникам, в основе чего лежит дефицит объективной информации.

Положительные компоненты имиджа Администрации Октябрьского района, связаны, как можно предположить, в основном с восприятием населением деятельности Администрации как нужной для общества и нацеленной на решение социально-значимых задач. Проблемы, выявленные после проведения социологического исследования, предложено решить посредством программно-целевого метода с использованием специальных

мероприятий и специальных событий. В частности, они нацелены на решение таких проблем, как низкая информированность населения о деятельности Администрации и негативное отношение населения к имиджу Администрации и её муниципальных служащих.

В целях решения проблемы, связанной с формированием негативного имиджа Администрации Октябрьского района, предложено реализовать пилотный проект «Формирование положительного имиджа Администрации Октябрьского района». Цель проекта мероприятий состоит в формировании позитивного имиджа Администрации Октябрьского района.

Реализация предложенного проекта, как ожидается, позволит улучшить имидж Администрации Октябрьского района. В частности, проект поможет повысить эффективность местного самоуправления посредством глубокого изучения актуальных и проблемных ситуаций, выявляемых при изучении внешнего имиджа Администрации.

Кроме вышесказанного, реализация проекта предположительно позволит достичь совершенствования имиджа Администрации Октябрьского района, что будет сделано посредством проведения специальных мероприятий и организации специальных событий, повышения уровня информированности населения о положительной деятельности Администрации, повышения профессиональной компетентности муниципальных служащих в вопросах формирования имиджа органа местного самоуправления и введения новой должности имиджмейкера. Совокупность предложенных мероприятий будет способствовать не только формированию, но и поддержанию позитивного имиджа Администрации Октябрьского района в глазах населения, устранению стереотипного мышления о бюрократизме и произволе органов власти, повысит престиж деятельности Администрации муниципальной службы в целом. В конце реализации проекта в Администрации должно быть сформировано видение собственного имиджа и системный подход к его поддержанию в постоянно меняющихся условиях внешней среды.

