

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра менеджмента в образовании

**Управление имиджем муниципального образования  
(на примере Администрации Октябрьского района **муниципального  
образования «Город Саратов»**)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса, 441 группы  
направления 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»  
Института дополнительного профессионального образования  
**Кохтовой Оксаны Александровны**

Научный руководитель

доцент кафедры менеджмента в образовании,

к.и.н., доцент \_\_\_\_\_ «\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 г. /О.И. Алимаева

Зав. кафедрой

д-р эк.н., профессор \_\_\_\_\_ «\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 г. /Н.В. Митяева/

Саратов 2024

**Введение.** Актуальность темы работы обусловлена тем, что в динамичном ландшафте современного государственного управления имидж органов государственной власти играет ключевую роль в формировании общественного восприятия, доверия и общей эффективности управления. По мере того, как общество развивается, необходимость прозрачного, подотчетного и оперативного государственного управления становится все более очевидной. Оценка и управление имиджем органов государственной власти стали важнейшим компонентом обеспечения успеха и легитимности государственных учреждений. Общественное доверие является неотъемлемой частью эффективного управления. Имидж органов государственной власти напрямую влияет на уровень доверия граждан к своему правительству. В эпоху, отмеченную скептицизмом и требованием прозрачности, оценка и повышение доверия к государственным органам имеют первостепенное значение. Итак, оценка имиджа органов государственной власти является фундаментальным аспектом современного государственного управления. Успех управления тесно связан с общественным восприятием, доверием и авторитетом. Активно управляя своим имиджем и улучшая его, органы государственной власти могут способствовать повышению вовлеченности, информированности и доверия граждан, в конечном итоге укрепляя основы государственного управления.

Различные аспекты государственного управления имиджем органов государственной власти заложены в работах следующих авторов: С.Е. Прокофьева, О.В. Паниной, С.Г. Еремина, Н.Н. Мусиновой, А.А. Шестемирова, М.В. Ефимовой, А.В. Буга, М.С. Великославинский, Т.В. Данилова и других.

Целью работы является формирование программы по усовершенствованию имиджа Администрации Октябрьского района города Саратова.

Для достижения цели работы необходимо решить следующие задачи:

- изучить понятие имиджа организации и его содержание;

- выделить этапы формирования и развития имиджа организации;
- определить особенности управления имиджем организации государственного и муниципального управления;
- дать краткую характеристику Администрации Октябрьского района города Саратова;
- выполнить анализ деятельности Администрации Октябрьского района города Саратова;
- провести оценку имиджа Администрации Октябрьского района города Саратова;
- провести разработку мероприятий по совершенствованию имиджа Администрации Октябрьского района города Саратова;
- выполнить оценку эффективности программы мероприятий.

Объектом работы является Администрация Октябрьского района муниципального образования «Город Саратов».

Предметом работы является имидж организации.

Теоретическую и методологическую основу исследования составили научные представления о современном управлении имиджем организации в государственном управлении, а также положения научных трудов по теоретическим и прикладным проблемам функционирования и развития государственной политики органов исполнительной власти.

В процессе исследования были применены такие методы анализа научной литературы, построения таблиц, анализа и синтеза, анкетирования.

Информационную базу исследования составили нормативно-правовые и законодательные акты Администрации Октябрьского района города Саратов, периодические источники, материалы семинаров и конференций, информация из электронных источников «Интернет», рейтинги оценки открытости деятельности органов исполнительной власти и прочие аналитические материалы.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, восьми параграфов, заключения, списка использованных источников и приложений.

Практическая значимость работы заключается в проведении анализа управленческой деятельности в сфере управления имиджем Администрации Октябрьского района города Саратова, а также в разработке экономически обоснованных управленческих мероприятий для совершенствования деятельности данного органа муниципальной власти. Данные мероприятия могут быть использованы в реальной деятельности организаций в сфере управления имиджем.

**Основное содержание работы.** Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

*При исследовании теоретических аспектов имиджа организации* выявлено, что имидж государственных органов непосредственно воздействует на уровень доверия граждан к своему правительству. В современной эпохе, ознаменованной скептицизмом и требованиями к прозрачности, анализ и улучшение образа государственных органов имеют важное значение. Таким образом, оценка имиджа органов государственной власти является ключевым аспектом современного государственного управления. Успех в управлении тесно связан с общественным восприятием, доверием и авторитетом. Эффективное управление своим образом и его постоянное улучшение позволяют государственным органам способствовать повышению вовлеченности, осведомленности и доверия граждан, в конечном итоге укрепляя основы государственного управления.

Концепция имиджа организации неразрывно связана с контентом, который она создает. От визуального брендинга до письменной коммуникации — каждый фрагмент контента способствует формированию восприятия и созданию отличительной идентичности.

Организации, которые отдают приоритет последовательности, прозрачности и согласованию контента с ценностями, имеют больше возможностей создать позитивный и прочный имидж в сознании своих заинтересованных сторон. Поскольку бизнес-среда продолжает развиваться, понимание и управление этой взаимосвязью между изображением и контентом становится все более важным для устойчивого успеха.

Формирование и развитие имиджа организации отмечено рядом стадий, каждый из которых играет жизненно важную роль в создании отличительной идентичности.

Первый этап формирования имиджа организации начинается с ее концепции. Этот этап включает в себя определение основополагающих элементов, включая миссию, видение и ценности организации. Четкая формулировка этих принципов закладывает основу для идентичности, которая будет проецироваться на заинтересованные стороны. На этом этапе также разрабатывается первоначальная визуальная идентичность, такая как логотипы и цветовые схемы.

Когда организация делает свои первые шаги, ранние коммуникационные усилия становятся решающими в формировании ее имиджа. Это включает в себя разработку первоначальных сообщений, определение голоса бренда и создание визуальной идентичности, соответствующей ценностям организации. Последовательность в обмене сообщениями и брендинге помогает создать узнаваемый и последовательный имидж в глазах целевой аудитории.

Имея прочный фундамент, организация выходит на этап присутствия и признания на рынке. Этот этап предполагает активное взаимодействие с целевой аудиторией через маркетинговые, рекламные и коммуникационные каналы. Последовательная передача послания бренда и предоставление качественных продуктов или услуг способствуют тому, что организация становится более узнаваемой и пользуется доверием на рынке.

Репутация является важнейшим аспектом имиджа организации, и на этом этапе основное внимание уделяется созданию положительной репутации. Это

предполагает выполнение обещаний, обеспечение удовлетворенности клиентов и активное управление связями с общественностью. Положительная репутация повышает доверие к организации и влияет на ее восприятие клиентами, инвесторами и другими заинтересованными сторонами.

В динамичной бизнес-среде организации должны быть адаптивными к изменениям. Этап адаптации и эволюции включает в себя пересмотр имиджа организации, чтобы гарантировать, что он остается актуальным и соответствует развивающимся рыночным тенденциям и общественным ценностям. Это может включать в себя ребрендинг, обновление сообщений и корректировку элементов визуальной идентичности.

Ни одна организация не застрахована от проблем, и способность преодолевать кризисы является решающим этапом в развитии имиджа. Эффективное антикризисное управление, прозрачность и подотчетность в трудные времена способствуют устойчивости организации. Успешное преодоление кризисов может даже улучшить имидж организации, продемонстрировав ее приверженность ответственности и честности.

По мере взросления организации акцент смещается на поддержание положительного имиджа и укрепление долгосрочной идентичности. Это предполагает постоянные усилия по поддержанию последовательности, адаптации к меняющимся обстоятельствам и постоянному укреплению ценностей, которые определяют организацию. Устойчивый рост достигается за счет приведения имиджа в соответствие с основными принципами и стремлениями организации.

В постоянно меняющемся мире бизнеса и технологий статичность имиджа организации — это роскошь, которую она не может себе позволить. Постоянное развитие и совершенствование имиджа организации — это не просто тенденция, а стратегический императив успеха на современном динамичном рынке.

Рынки и потребительские предпочтения подвержены быстрым и зачастую непредсказуемым изменениям. Имидж организации должен отражать текущие

тенденции и резонировать с меняющимися вкусами и ожиданиями ее целевой аудитории. Регулярное обновление имиджа обеспечивает актуальность и поддерживает способность организации общаться со своей аудиторией.

На насыщенном рынке ключевым моментом является дифференциация. Постоянно развивающийся имидж организации позволяет ей выделиться среди конкурентов. Свежий и инновационный имидж не только привлекает внимание, но и позиционирует организацию как дальновидную и адаптивную, давая ей конкурентное преимущество в сознании потребителей.

Отметим, что современная цифровая эпоха изменила способы взаимодействия организаций со своей аудиторией. Идти в ногу с технологическими достижениями имеет решающее значение для поддержания сильного цифрового присутствия. Регулярное обновление имиджа организации гарантирует его соответствие текущим цифровым тенденциям, повышает видимость в Интернете и максимизирует влияние цифровых каналов связи.

Социальные ценности и культурные нормы находятся в постоянном изменении. Организации, которые реагируют на эти изменения, могут корректировать свой имидж в соответствии с текущими социальными тенденциями. Культурно релевантный имидж не только способствует позитивным связям с разнообразной аудиторией, но также позволяет избежать оторванности или нечувствительности к преобладающим социальным проблемам.

Доверие является краеугольным камнем успешных отношений между организациями и заинтересованными сторонами. Постоянное развитие имиджа включает усилия по повышению прозрачности. Открытое общение, честные сообщения и активное участие в решении проблем способствуют построению и поддержанию доверия, что является важнейшим активом в современной требовательной потребительской среде.

Позитивный имидж организации привлекателен не только для клиентов, но и для потенциальных сотрудников. Активное развитие имиджа, подчеркивающее позитивную рабочую культуру, приверженность

благополучию сотрудников и возможности для роста, может привлечь лучшие таланты. Вовлеченные сотрудники становятся послами бренда, способствуя положительному восприятию организации.

Организации сталкиваются с непредвиденными проблемами, и кризисы могут возникнуть в любой момент. Постоянное развитие имиджа включает в себя подготовку к антикризисному управлению. Хорошо управляемый имидж обеспечивает основу для эффективного реагирования на кризисы, минимизации репутационного ущерба и демонстрации устойчивости перед лицом вызовов.

Отрасли претерпевают трансформации и инновации. Организации, которые активно развивают свой имидж, имеют больше возможностей предвидеть изменения в отрасли и согласовывать свою идентичность с возникающими тенденциями. Такая дальновидность позволяет им оставаться на шаг впереди и сохранять актуальность в быстро меняющейся бизнес-среде.

В заключение, решение постоянно развивать имидж организации – это не просто вопрос того, чтобы быть в курсе событий; это стратегический императив успеха. Преимущества динамичного организационного имиджа разнообразны: от адаптации к меняющимся тенденциям и поддержания конкурентоспособности до укрепления доверия, вовлечения сотрудников и преодоления кризисов. Организации, имидж которых подразумевает постоянное развитие, не только выживают в постоянно меняющемся бизнес-среде, но и процветают как лидеры и новаторы в своих отраслях.

Итак, формирование и развитие имиджа организации отмечено рядом стадий, каждый из которых играет жизненно важную роль в создании отличительной идентичности.

От концепции и раннего информирования до кризисного управления и устойчивого роста, организации, которые проходят эти этапы с дальновидностью и достоверностью, создают устойчивый имидж, который находит отклик у заинтересованных сторон и выдерживает испытание временем в конкурентной бизнес-среде.



Эффективное управление имиджем государственной или муниципальной государственной организации – это динамичный и непрерывный процесс.

Устанавливая четкие ценности, практикуя прозрачное общение, взаимодействуя с сообществом и демонстрируя этическое поведение, государственные учреждения могут формировать положительный имидж, который способствует укреплению общественного доверия. Будучи хранителями общественного благосостояния, государственные и муниципальные организации играют ключевую роль в создании и поддержании положительного имиджа, отражающего их приверженность служению обществу.

*В ходе анализа имиджа Администрации Октябрьского района города Саратова* респондентами отмечено, что имидж Администрации Октябрьского района города Саратова, не вполне соответствующий позитивному, в силу, прежде всего: слабого применения технологических новинок в оказании услуг, активности в сети Интернет – данные показатели получили оценку «3» из «5» возможных баллов. В совокупности по данным пунктам удовлетворенность 60%.

Таким образом, можно сделать вывод, что Администрации Октябрьского района города Саратова необходимо обратить внимание на качество предоставляемых услуг (обслуживания), а также:

- применение технологических новинок в оказании услуг;
- активности в сети Интернет.

*Для формирования программы по усовершенствованию имиджа Администрации Октябрьского района города Саратова* планируется: организация продвижения в сети Интернет деятельности и продвижение в социальной сети ВКонтакте, что связано с тем, что данный вид продвижения в настоящее время является самым перспективным.

Составлен план рекламной кампании для Администрации Октябрьского района города Саратова во ВКонтакте.

Название акции – «Лучшие люди живут здесь».

Период проведения – февраль-март 2024 года.

Выделены цели кампании:

- поднятие уровня информированности об услугах и деятельности Администрации Октябрьского района города Саратова в социальной сети;
- повышение имиджа Администрации Октябрьского района города Саратова;
- развитие группы Администрации Октябрьского района города Саратова во ВКонтакте, понимание интересов граждан района, их проблем и учета мнения для последующей работы.

Выделим основные компоненты предлагаемой рекламной кампании:

1. привлечение рекламного агентства для ведения группы во ВКонтакте;
2. проведение акции в социальной сети ВКонтакте.

По результатам предложенных мероприятий планируется повышение имиджа Администрации Октябрьского района города Саратова в соответствии со шкалой.

**Заключение.** В динамичном ландшафте современного делового мира имидж организации играет решающую роль, способную существенно влиять на ее успех или неудачу. Это коллективное восприятие организации, сложившееся у заинтересованных сторон, таких как клиенты, сотрудники, инвесторы и общественность. Включая визуальные элементы, такие как логотипы и брендинг, и нематериальные аспекты, такие как репутация, ценности и общая идентичность. Позитивный организационный имидж может повысить лояльность клиентов, привлечь выдающихся специалистов и улучшить финансовые показатели.

Позитивный и привлекательный имидж создает благоприятное первое впечатление, полагая основу для успешного взаимодействия.

Доверие является основой успешных отношений, будь то с клиентами, сотрудниками или инвесторами. Организация с сильным и позитивным имиджем более вероятно вызывает доверие. Доверие, когда оно установлено,

становится ценным активом, способным повысить лояльность клиентов, доверие инвесторов и приверженность сотрудников.

В периоды кризиса имидж организации становится решающим фактором в преодолении проблем. Позитивный и хорошо управляемый имидж обеспечивает защиту от репутационного ущерба. Заинтересованные стороны с большей вероятностью отдадут предпочтение организации с историей прозрачности, честности и ответственного антикризисного управления.

Позитивный организационный имидж способствует лояльности клиентов и их защите. Довольные клиенты не только продолжают поддерживать организацию, но и становятся послами бренда, рекомендуя продукты или услуги другим. Эта позитивная многоголосная реклама является мощной силой, способной обеспечить устойчивый успех организации.

Таким образом, роль имиджа организации в ее успехе невозможно переоценить. Помимо внешнего вида, имидж отражает ценности, целостность и приверженность организации. Позитивный имидж создает волновой эффект, влияя на восприятие заинтересованных сторон, укрепляя доверие и создавая основу для устойчивого успеха. Организации, вкладывающие в создание сильного и подлинного имиджа, позиционируют себя не только для моментального успеха, но и для долгосрочной устойчивости и роста в постоянно меняющейся бизнес-среде.

Имидж (репутация) государственных органов напрямую влияет на доверие граждан к своему правительству. В современной эпохе, отмеченной скептицизмом и требованиями к прозрачности, анализ и усовершенствование образа государственных органов приобретают важное значение. Таким образом, оценка имиджа государственной власти является ключевым аспектом современного государственного управления. Успех в управлении тесно связан с общественным восприятием, доверием и авторитетом. Эффективное управление своим образом и его постоянное улучшение позволяют государственным органам способствовать повышению вовлеченности,

осведомленности и доверия граждан, укрепляя тем самым основы государственного управления.

В результате проведенного исследования участники отметили, что имидж Администрации Октябрьского района города Саратова не полностью соответствует позитивному образу, в первую очередь из-за недостаточного применения технологических новшеств в предоставлении услуг и неактивности в сети Интернет. Оценка данных показателей составила «3» из «5» возможных баллов, и общая удовлетворенность составила 60%.

Вывод состоит в том, что Администрации Октябрьского района города Саратова следует уделить внимание качеству предоставляемых услуг и использованию технологических новинок при предоставлении услуг; активности в сети Интернет.

Из результатов проведенного исследования можно заключить, что для решения проблемы улучшения имиджа Администрации Октябрьского района города Саратова планируется организация продвижения в сети Интернет и активное взаимодействие в социальной сети ВКонтакте. Это обосновано тем, что данный вид продвижения в настоящее время считается наиболее перспективным.