

КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ СЛУЖБОВОЇ КАР'ЄРИ В ОРГАНАХ ПОЛІЦІЇ

У статті, спираючись на аналіз наукових поглядів вчених, сформовано авторське тлумачення поняття «концепція правового регулювання службової кар'єри в органах поліції». Розкрито бачення законодавця та ряду вчених стосовно існуючих проблем у сфері правового регулювання службової кар'єри в органах поліції. Запропоновано власне розуміння структури та змісту Концепції розвитку правового регулювання службової кар'єри в органах поліції, яка має бути прийнята вітчизняним законодавцем.

Ключові слова: концепція, розвиток, правове регулювання, службова кар'єра, Національна поліція України.

В статті, опираючись на аналіз наукових поглядів учених, сформовано авторське бачення щодо трактування поняття «концепція правового регулювання службової кар'єри в органах поліції». Розкрито бачення законодавця та ряду вчених по приводу існуючих проблем в сфері правового регулювання службової кар'єри в органах поліції. Представлено власне бачення структури та змісту Концепції розвитку правового регулювання службової кар'єри в органах поліції, яка повинна бути прийнята вітчизняним законодавцем.

Ключевые слова: концепция, развитие, правовое регулирование, служебная карьера, Национальная полиция Украины.

The article, based on the analysis of scientific views of scientists, formed the author's vision for the interpretation of the concept of "the concept of legal regulation of career in the police." The vision of the legislator and a number of scholars on the existing problems in the field of legal regulation of career in the police is revealed. His own vision of the structure and content of the Concept for the development of legal regulation of career in the police, which should be adopted by the domestic legislator.

Keywords: concept, development, legal regulation, career, National Police of Ukraine.

Постановка проблеми. Службова діяльність працівників правоохоронних органів, зокрема працівників поліції є суспільно важливою, основне місце в ній посідають завдання забезпечення суспільного правопорядку, що обумовлено підвищеними вимогами до активності працівників та їх мотиваційними особливостями. Професійна мотивація, зокрема, працівників поліції являє собою процес і результат формування професійно-значущих мотивів, виникненню яких сприяють усвідомлення працівником суспільної значущості служби, яку він несе, визначення смислової складової своєї службової діяльності, реалізації в ній можливостей та суспільне визнання діяльності й адекватна система стимулів [1, с.55]. Разом із тим, варто відзначити, що на сьогоднішній день процес проходження служби в органах та підрозділах Національної поліції України є недосконалим, що обумовлює необхідність формування єдиної Концепції розвитку цього інституту.

Стан дослідження. Проблематика правового регулювання службової кар'єри в органах Національної поліції України неодноразово потрапляла у поле зору науковців. Зокрема, їй приділяли увагу: П.М. Петровський, Н.І. Мельник, О.В. Покоloodна, Д.Є. Денисенко, А.В. Келічавий, Є.Ю. Подорожній, Л.А. Дудко та багато інших. Втім, незважаючи на чималу кількість наукових

здобутків, вчені занадто мало уваги приділяли концептуальним засадам покращення правового регулювання службової кар'єри в органах поліції.

Саме тому метою статті є: охарактеризувати концепцію розвитку правового регулювання службової кар'єри в органах поліції.

Виклад основного матеріалу. Починаючи наукове дослідження варто відзначити, що концепція – це насамперед головна, принципова думка на певний предмет, що, по мимо цілісного бачення, включає задум, спрямований на його перетворення в людській діяльності, виконує функцію вихідної основи чи конструктивного принципу його зміни. Саме практичною спрямованістю концепція відрізняється від теорії. Водночас відтворенням реального стану предмета концепція відрізняється від чистої методології, хоча й включає методологічний підхід [2, с.213]. Таким чином, концепція правового регулювання службової кар'єри в органах поліції – це особливий вид нормативно-правового акту, що приймається уповноваженим на це органом державної влади, та який містить: а) сукупність ідей про шляхи розвитку організаційних та правових засад відповідної сфери; б) систему поглядів на проблеми у досліджуваній сфері, а також вектори, за якими вони повинні бути вирішені; в) засади матеріально-технічного, фінансового та іншого забезпечення службової кар'єри поліцейських.

Розмірковуючи про рекламу, як важливий чинник підвищення іміджу професії поліцейського, відмітимо що вона носить соціальний характер. Соціальна реклама є «нетиповою», оскільки, як відомо, рекламу створюють для того, щоб спонукати людину зробити якусь дію, наприклад купити товар. Мета ж соціальної реклами полягає в тому, щоб змінити ставлення громадськості до якої-небудь проблеми. Крім того, на відміну від комерційної реклами, інформація, що міститься в соціальній, зазвичай не є новою. Навпаки, чим більше адресат соціальної реклами обізнаний щодо теми соціального повідомлення, тим гостріше він реагує на нього, отже, тим результативнішою є рекламна кампанія [3, с.159]. Принцип соціальної реклами полягає в неможливості переслідування політичних або комерційних цілей, згадування певних марок, брендів, продуктів. Вона виконує ряд важливих ролей у суспільстві: 1) освітньо-виховна – формування моральних цінностей на основі показу певних моделей поведінки людей у тій чи іншій ситуації; 2) інформаційна – роз'яснення громадськості про важливі соціальні проблеми; 3) агітаційна – заклик до змін моделей поведінки у суспільстві для того, щоб вирішити конкретні соціальні проблеми; 4) комунікаційна – інформування про потребу в зміні певних соціальних норм, приписів, моделей поведінки; 5) естетична – розкриття соціальних проблем через високодуховні засоби та методи з метою вплинути на естетичний смак реципієнтів [4, с.5-6].

Відповідно до Закону України «Про рекламу», рекламодавцем соціальної реклами може бути будь-яка особа. Така реклама не повинна містити посилань на конкретний товар та/або його виробника, на рекламодавця (крім випадків, коли рекламодавцем є громадське об'єднання чи благодійна організація або меценат фізичної культури і спорту (під час підготовки та проведення офіційних спортивних заходів), на об'єкти права інтелектуальної власності, що належать виробнику товару або рекламодавцю соціальної реклами, крім реклами національних фільмів. На осіб, які безоплатно виробляють і розповсюджують соціальну рекламу, та на осіб, які передають свої майно і кошти іншим особам для виробництва і розповсюдження соціальної реклами, поширюються пільги, передбачені законодавством України для благодійної діяльності [5]. Необхідно відзначити, що соціальні реклами в державах Західної Європи приділяється значна увага. «Бажаєте зробити кар'єру?» – цим риторичним питанням розпочинаються рекламні буклети, що розповсюджуються поліцейськими дільницями Великобританії. Служба в поліції має багато привабливих сторін, стверджують вони. Окрім можливості швидкого просування до високих командних чинів, високих умов оплати праці і хороших перспектив у плані пенсійного забезпечення, підкреслюється головне: не рутинна праця «з 9.00 до 17.00» на фабриці чи в офісі, а заняття для людини, здібної кинути виклик обставинам і підкорити їх своїй волі [6]. Реклама щодо прийому на службу в правоохоронні органи, справедливо відзначає Є.Ю. Подорожній, (навчання у вищих відомчих закладах освіти) за своєю сутністю є інформацією, спрямованою на досягнення суспільно корисних цілей, і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку, тобто, виходячи зі змісту ст. 1 Закону України «Про рекламу», є соціальною рекламою. Вона повинна активно використовуватись з метою підвищення іміджу та престижу професії працівника міліції [6].

Справедливим буде відзначити, що рекламна кампанія 2015 року, яка передувала утворенню Національної поліції, значно підсисала зацікавленість громадян до проходження служби в даному центральному органі виконавчої влади. Десятки тисяч молодих чоловіків та жінок були готові проходити службу в новій поліції. Вказане вище стало підтвердженням факту ефективності

ті соціальної реклами, як важливого чинника підвищення іміджу професії правоохоронця, зокрема поліцейського. Разом із тим, наразі рекламна кампанія органів поліції була фактично згорнута, що в умовах недостатнього кадрового забезпечення є негативним фактором.

З огляду на це, у Концепції розвитку правового регулювання службової кар'єри в органах поліції необхідно:

- по-перше, розробити новий план роботи щодо створення рекламної кампанії, спрямованої на підвищення іміджу професії працівника поліції. Зазначене дозволить залучити нові кадри до роботи в поліції та підвищить рівень конкуренції в даному органі та конкурентоспроможність працівників взагалі;

- по-друге, створити умови, за яких національні теле-радіо-компанії буду проявляти ініціативу у створення подібних проектів та їх реалізації.

З огляду на зазначене вище, наступним концептуальним напрямком покращення правового регулювання службової кар'єри в органах поліції є підвищення конкурентоспроможності професії взагалі та працівників, зокрема. А. Сміт розглядав конкуренцію як фактор регулювання суспільних і приватних інтересів, а також як ефективний засіб цінового регулювання [7; 8]: на основі теорії конкурентної ціни сформулював поняття конкуренції як суперництва, що підвищує ціни (при скороченні пропозиції) або зменшує ціни (при надлишку пропозиції); визначив основні умови ефективної конкуренції, що виключають наявність великої кількості продавців, вичерпну інформацію про них, мобільність використовуваних ресурсів; вперше показав, яким чином конкуренція, зрівнюючи норми прибутку, приводить до оптимального розподілу праці й капіталу між галузями; розробив елементи моделі досконалої конкуренції й теоретично довів, що за її умов можливо максимальне задоволення потреб; зробив істотний крок до формування теорії оптимального розподілу ресурсів в умовах досконалої конкуренції [7; 8].

Конкуренція, пише А.В. Келічавий – це рушійна сила ринкової економіки, яка спонукає до створення нових видів товарів та послуг, підвищення якості існуючих, зниження цін, економію обмежених ресурсів і підвищення соціально-економічного розвитку. Головною стратегічною метою є отримання та закріплення конкурентних переваг, які забезпечують лідерство на ринку. Конкуренція через реалізацію концепції лідерства призводить до появи все більш передових технологій, нових видів бізнесу і досягнення унікальних конкурентних переваг. Трансформація теорії конкуренції закладена в історії розвитку суспільства. Оскільки у самій природі ринкових відносин присутній динамізм, то й у науковому аналізі передбачається еволюційний розвиток теорії конкуренції, яка пройшла декілька етапів розвитку в історії економічної науки, збагачуючись і трансформуючись в нові моделі, що відповідають тому чи іншому рівню розвитку суспільства. Еволюція конкуренції закладена в історії розвитку суспільства, її сутність, форми і методи зазнають неперервних змін, що відбуваються у зв'язку з постійним удосконаленням і ускладненням суспільних відносин [9, с.63].

Що ж стосується сфери трудового права, то в межах представленої проблематики найбільш доцільно використовувати поняття конкурентоспроможності. Так, до прикладу, О. Савчук вказує, що конкурентоспроможність – здатність процесів суперництва досягати кращих результатів в деякій діяльності, сфері функціонування. Конкурентоспроможність підприємства повинна визначатися конкурентоспроможністю окремих видів продукції, яку воно випускає [10]. Конкурентоспроможність, на переконання Л.Н. Качалина, – це властивість об'єкта, яка характеризує ступінь відповідності техніко-функціональних, економічних, організаційних та інших характеристик об'єкта вимог споживачів, визначає частку ринку, яка належить даному об'єкту, і перешкоджає перерозподілу цього ринку на користь інших об'єктів [11].

Л.А. Дудко зазначає, що конкурентоспроможність слід визначати як поняття, що відображає ступінь привабливості, переваги, здатність відповідати високим вимогам конкурентного ринку, здатність витримувати порівняння, протиставлення суперникам у чітко окресленій сфері діяльності за конкретними ознаками, властивостями. А конкурентоспроможний спеціаліст – це працівник який має певні переваги щодо інших спеціалістів, що виконують аналогічну роботу, у виявленні якостей, властивостей, результатів особистої продуктивної діяльності для забезпечення максимальної ефективності роботи організації, підприємства, фірми [12, с.6; 6]. Поняття конкурентоспроможності в трудовій сфері може бути проаналізовано в аспекті реалізації потенційних можливостей працівників як з боку відповідності якісним і вартісним характеристикам, що користуються попитом на ринку праці у певний проміжок часу, так і з боку відповідності попиту на працівників певного професійно-кваліфікаційного рівня з боку держави. З цих позицій можливе виділення змісту як конкурентоспроможності працівника – поняття, що характеризує сукуп-

ність його потенційних характеристик, що відповідають умовам сучасної економічної кон'юнктури, так і конкурентоспроможність працівників як поняття, що характеризує реальні можливості реалізації цих потенційних характеристик в умовах коливання попиту на робочу силу та її пропозиції, що залежить загалом від рівня конкурентоспроможності в сфері праці [12, с.11; 6].

Таким чином, конкурентоспроможність працівника Національної поліції забезпечується низкою об'єктивних та суб'єктивних чинників, які в тому числі позитивно впливають на розвиток кар'єри відповідного службовця. Так, об'єктивними чинниками конкурентоспроможності є: вік, стать, зріст працівника; комунікабельність, особливості психіки (темперамент, особливості характеру, тощо). Щодо суб'єктивних чинників, то до них, на нашу думку, найбільш доцільно віднести: здатність до саморозвитку, об'єм знань, фізична підготовка, розуміння значущості та важливості його майбутньої професії.

Висновок. Проведений вище аналіз дає змогу констатувати, що на сьогоднішній день розробка нової «Концепції розвитку правового регулювання службової кар'єри в органах поліції» має важливе та першочергове значення для вітчизняного законодавця. Останній нормативно-правовий акт повинен враховувати всі пропозиції та рекомендації, які були окреслені вище. Тож, вказана вище Концепція повинна визначати:

1. Мету Концепції, яка полягає у тому, щоб створити належні правові, організаційні, матеріальні, технічні, фінансові та інші умови для покращення процесу проходження кар'єри в органах та підрозділах Національної поліції України.

2. Відповідно до мети завданнями вказаної концепції є:

- розробити загальнодержавну програму підвищення іміджу професії поліцейського, яка має включати активну рекламну та просвітницьку діяльність;
- створення умов для підвищення конкурентоспроможності працівників поліції на ринку праці, що в свою чергу стане стимулом для розвитку службової кар'єри останніх;
- визначення напрямів покращення законодавства, зокрема трудового у контексті представленої проблематики;
- вирішення проблем, пов'язаних із наданням вищої освіти майбутнім поліцейським уповноваженими на це суб'єктами;
- покращення умов для підвищення кваліфікації працівників поліції;
- вдосконалення системи матеріально-технічного та фінансового забезпечення діяльності поліції взагалі, та кожного окремого працівника, зокрема.

3. Відповідно до окресленої мети, сформулювати напрямки, за якими слід вирішувати проблеми у досліджуваній сфері.

Прийняття окресленої вище Концепції, а також врахування запропонованих в ході дослідження змін та доповнень, дозволять сформувати діючу та ефективну державну політику, реалізація якої дозволить якісно покращити процес проходження служби в органах Національної поліції України.

Список використаних джерел:

1. Соболев В.О. Професійна мотивація працівників ОВС: вивчення та корекція: науково-практичний посібник. Харків: Університет внутрішніх справ, 1999. 98 с.
2. Петровський П.М. Гуманітарна парадигма в системі державного управління [Текст] : монографія/ П.М. Петровський Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2008. 252 с.
3. Поколюдна О.В. Механізм вдосконалення взаємодії органів податкової служби з громадськістю: дис... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 / О.В. Поколюдна ; Нац. акад. держ. упр. при Президенті України. Харк. регіон. ін-т держ. упр. Х., 2007. 227 с.
4. Соціальна реклама як засіб психологічного впливу на свідомість підлітків / URL: https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nmc.nd/student_nauka/2017-2018/roboty/RiseAndShine.pdf
5. Про рекламу / Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-vr/conv#Text>
6. Подорожній Є. Ю. Правове регулювання конкурентоспроможності працівників органів внутрішніх справ України [Текст] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.05 / Подорожній Євген Юрійович ; Харк. нац. ун-т внутр. справ. Х., 2009. 183 арк.
7. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции: пер. с англ. М.: Прогресс, 1986. 472 с.
8. Денисенко Д.Є. Сутність та види конкуренції у дослідженнях вітчизняних і зарубіжних вчених / Д.Є. Денисенко // Інвестиції: практика та досвід. 2012. № 3. С. 58-60.

9. Келічавий А. В. Еволюція конкуренції: від зародження поняття до сучасних особливостей / А. В. Келічавий // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2015. Вип. 5. С. 58-63.
10. Савчук О. Системний підхід до аналізу конкурентоспроможності промислового виробництва / О. Савчук // Економіст. М., 2001. № 12. С. 58-61.
11. Качалина Л. М. Конкурентоспособный менеджмент / Качалина Л. М. М. : Издательство Эксмо, 2006. 464 с.
12. Дудко Л. А. Конкурентоспособність спеціаліста в умовах ринкової економіки: дис. ... кандидата соц. наук : 22.00.04 / Дудко Людмила Андріївна. К., 2004. 192 с.

УДК 349.3

ГУБСЬКА Я.В.

ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ЗАГАЛЬНООБОВ'ЯЗКОВОГО ДЕРЖАВНОГО СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ НА ВИПАДОК БЕЗРОБІТТЯ

У межах статті науковцем досліджено наукові підходи вчених щодо визначення основних завдань соціального страхування на випадок безробіття та на основі проаналізованих тез виділено наступні види завдань соціального страхування на випадок безробіття: 1) економічні; 2) соціальні; 3) превентивні. Науковцем зазначено, що соціальне страхування спрямоване на створення відповідної соціальної системи здійснення захисту громадян, створення чітких механізмів для реалізації державної соціальної політики, забезпечення належних соціальних виплат. Особливу увагу у статті приділено завданням у сфері превентивної діяльності соціального страхування, що включає в себе збереження трудового потенціалу населення.

Ключові слова: страхування, соціальне страхування, завдання, безробіття, забезпечення, захист.

В рамках статті ученим досліджено научные подходы ученых к определению основных задач социального страхования на случай безработицы и на основе проанализированных тезисов выделены следующие виды задач социального страхования на случай безработицы: 1) экономические; 2) социальные; 3) превентивные. Ученым указано, что социальное страхование направлено на создание соответствующей социальной системы осуществления защиты граждан, создание четких механизмов для реализации государственной социальной политики, обеспечения надлежащих социальных выплат. Особое внимание в статье уделено задачам в сфере превентивной деятельности социального страхования, которое включает в себя сохранение трудового потенциала населения.

Ключевые слова: страхование, социальное страхование, задачи, безработица, обеспечение, защита.

In the article researcher studied scientific approaches of scientists to identify the main tasks of social insurance against unemployment and analyzed on the basis on abstracts the following tasks of the Social Unemployment Insurance as: 1) economic; 2) social; 3) preventive. The scientists noted that social security will be an adequate system of social protection of citizens implementation, creation of clear mechanisms for implementing social policies, providing adequate social benefits. In the article a particular attention is