

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Центр професійної та післядипломної освіти**  
Кафедра управління імені Олега Балацького

«До захисту допущено»

завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Ігор РЕКУНЕНКО

\_\_\_\_\_ 2023 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

*на здобуття освітнього рівня магістр*

зі спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування»

освітньо-професійної програми «Держана служба»

на тему: «Формування позитивного іміджу державного службовця»

Здобувачки групи ДС.мз-21 Котлярової Юлії Олексіївни  
(шифр групи) (прізвище, ім'я, по батькові)

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

\_\_\_\_\_ Юлія КОТЛЯРОВА

Керівник завідувач кафедри, д.е.н., професор Ігор РЕКУНЕНКО  
(посада, науковий ступінь, вчене звання, ім'я та ПРІЗВИЩЕ) \_\_\_\_\_ (підпис)

Керівник заступник начальника управління освіти і науки Сумської міської ради Олена НАЗАРЕНКО  
(посада, науковий ступінь, вчене звання ім'я та ПРІЗВИЩЕ) \_\_\_\_\_ (підпис)

*Суми 2023*

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Центр професійної та післядипломної освіти  
Кафедра управління імені Олега Балацького

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

\_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

*на здобуття освітнього ступеня магістр*

зі спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування»

освітньо-професійної програми «Держана служба»

Здобувачки групи

ДС.мз-21  
(шифр групи)

Котлярової Юлії Олексіївни  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Формування позитивного іміджу державного службовця» затверджена наказом 1387-VI від 01.12.2023 р.
2. Термін подання здобувачем закінченої роботи 07.12.2023р.
3. Мета кваліфікаційної роботи: обґрунтування теоретичних принципів та практичних рекомендацій щодо формування позитивного іміджу державного службовця.
4. Об'єкт дослідження: процес формування позитивного іміджу державного службовця.
5. Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти формування позитивного іміджу державного службовця.
6. Кваліфікаційна робота виконується на підставі матеріалів наукової літератури, законодавства України, статистичних даних.
7. Орієнтовний план кваліфікаційної роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети.

№ пор.	Назва розділу	Термін подання
I	Теоретико-методичні аспекти формування позитивного іміджу державного службовця	05.11.2023
II	Аналіз сучасного стану формування позитивного іміджу державного службовця	15.11.2023
III	Пропозиції щодо підвищення позитивного іміджу державного службовця	24.11.2023

Зміст завдань для виконання поставленої мети кваліфікаційної роботи:

У розділі 1 студент повинен розглянути: поняття, функції та складові іміджу, основні чинники формування іміджу державного службовця, а також принципи та методологію формування позитивного іміджу державного службовця.

У розділі 2 студент повинен надати характеристику сучасного стану формування іміджу в Україні та оцінити формування іміджу публічного службовця.

У розділі 3 студент повинен дослідити проблеми і перспективи формування іміджу державного службовця та запропонувати заходи та рекомендації щодо підвищення іміджу державного службовця в органах міської ради.

8. Консультації щодо виконання роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада керівника/консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1			
2			
3			

9. Дата видачі завдання 22.09.2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи

завідувач кафедри, д.е.н., професор Ігор РЕКУНЕНКО

(посада, науковий ступінь, вчене звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

\_\_\_\_\_ (підпис)

Завдання до виконання одержав

Юлія КОТЛЯРОВА

(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача)

\_\_\_\_\_ (підпис)

## АНОТАЦІЯ

Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, який містить 48 найменувань. Загальний обсяг магістерської роботи становить 56 стор., у тому числі 3 таблиці, 3 рисунки. Список використаних джерел містить 5 сторінок.

**Мета роботи:** обґрунтування теоретичних принципів та практичних рекомендацій щодо формування позитивного іміджу державного службовця.

Для досягнення мети потрібно виконати такі завдання:

- проаналізувати сутність іміджу: поняття, функції, складові;
- виявити основні чинники формування іміджу державного службовця;
- розглянути принципи та методологію формування позитивного іміджу державного службовця;
- провести аналіз сучасного стану щодо формування позитивного іміджу державного службовця;
- визначити шляхи вдосконалення формування позитивного іміджу державного службовця, де вказати проблеми і перспективи розвитку іміджу державного службовця, а також запропонувати заходи та рекомендації щодо підвищення іміджу державного службовця в органах міської ради.

**Об'єкт дослідження:** процес формування позитивного іміджу державного службовця.

**Предмет дослідження:** теоретичні та практичні аспекти формування позитивного іміджу державного службовця.

**Ключові слова:** імідж, репутація, брендінг, органи місцевого самоврядування, зовнішній імідж, внутрішній імідж, державний службовець, імідж державного службовця, влада, управління.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>6</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ.....</b>	<b>8</b>
1.1. Сутність іміджу: поняття, функції, складові.....	8
1.2. Основні чинники формування іміджу державного службовця.....	14
1.3. Принципи та методологія формування позитивного іміджу державного службовця.....	20
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ.....</b>	<b>26</b>
2.1. Характеристика сучасного стану формування іміджу в Україні.....	26
2.2. Оцінка формування іміджу публічного службовця.....	35
<b>РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ.....</b>	<b>43</b>
3.1. Проблеми і перспективи формування іміджу державного службовця.....	43
3.2. Заходи та рекомендації щодо підвищення іміджу державного службовця в органах міської ради.....	47
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>49</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>52</b>

## ВСТУП

Формування іміджу та його підтримка є надзвичайно важливим аспектом для державних службовців. Такий імідж визначає рівень довіри і визнання громадськістю їхньої роботи, а також виступає ключовим критерієм для оцінки ефективності впроваджених державних програм та нововведень. Оцінка дій урядових органів у відповідності до очікувань різних груп населення та суспільства в цілому буде здійснюватися через призму іміджу конкретного державного органу. Це впливатиме на поведінку громадян у відношенні до влади та її представників, а також на ступінь підтримки громадськістю діяльності державних службовців та органів. Формування позитивного іміджу державних службовців є необхідною умовою для подальшого розвитку та зміцнення сфери державної служби, покращення її функціонування та підвищення ефективності.

Враження, тобто імідж, яке державний службовець несе, є надзвичайно важливим аспектом загального сприйняття й оцінки. Незалежно від особистих прагнень державного службовця, його імідж є об'єктивним фактором, що має значний вплив на оцінку будь-якого соціального явища чи процесу.

Аналіз сучасної наукової літератури щодо проблем державної служби вказує на те, що в аспекті наукових досліджень проблема сучасного розуміння специфіки іміджу державного службовця в контексті іміджу влади залишається малодослідженою. Морально-етичні, ментально-психологічні та духовні аспекти роботи державних службовців, котрі впливають на формування громадської думки щодо сприйняття влади, залишаються поза увагою дослідників.

Імідж у політичному контексті був розглянутий в роботах А. Деркача, Є. Перелигіної, А. Анасюка, Л. Приходченко, В. Шепеля та інших. Вони досліджували імідж як психологічне явище, хоча варто визначити, що більшість дослідників підкреслює інтегративний характер іміджу. Низка вітчизняних

вчених зосередили свою увагу на феномені іміджу публічних службовців, таких як С. Верех, О. Зінченко, С. Колосюк, Я. Могильний та інші.

У працях сучасних українських вчених В. Авер'янова, В. Бакуменка, Б. Гаєвського, В. Горбатенка, С. Дубенка, В. Князева, В. Лугового, В. Майбороди, В. Олуйка, В. Ребкала, Ю. Шарова та інших вчених розглядають проблеми становлення державності та професійної державної служби.

**Мета роботи:** обґрунтування теоретичних принципів та практичних рекомендацій щодо формування позитивного іміджу державного службовця.

Для досягнення мети потрібно виконати такі завдання:

- проаналізувати сутність іміджу: поняття, функції, складові;
- виявити основні чинники формування іміджу державного службовця;
- розглянути принципи та методологію формування позитивного іміджу державного службовця;
- провести аналіз сучасного стану щодо формування позитивного іміджу державного службовця;
- визначити шляхи вдосконалення формування позитивного іміджу державного службовця, де вказати проблеми і перспективи розвитку іміджу державного службовця, а також запропонувати заходи та рекомендації щодо підвищення іміджу державного службовця в органах міської ради.

**Об'єкт дослідження:** процес формування позитивного іміджу державного службовця.

**Предмет дослідження:** теоретичні та практичні аспекти формування позитивного іміджу державного службовця.

**Методи дослідження:** аналіз законодавчих та регуляторних актів, статистичний аналіз, системний підхід, узагальнення.

Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, який містить 48 найменувань. Загальний обсяг магістерської роботи становить 56 стор., у тому числі 3 таблиці, 3 рисунки. Список використаних джерел містить 5 сторінок.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ

### 1.1 Сутність іміджу: поняття, функції, складові

При аналізі джерельної бази автор висловив думку, що термін «імідж» є відносно молодим і на сьогоднішній день ще не має чіткого визначення. Зокрема, енциклопедисти пояснюють імідж як цілеспрямовано створений образ будь-якого об'єкта чи особи, спрямований на емоційний вплив з метою популяризації, реклами чи визначення іміджу окремої людини. Визначення іміджу включає цілісне виділення соціального об'єкта та створення структурної стереотипної основи усвідомлення про цей об'єкт.

Термін «імідж» став загальноприйнятим у сучасному словнику та виник від латинського слова «*imago*», що означає «образ», пов'язаного з «*imitare*» – «імітуват» «відтворювати». Створення іміджу для сучасних організацій визначається як важлива частина модернізації системи освіти. Побудова іміджу допомагає організаціям просувати свої досягнення, зробити заклад привабливішим для громадськості та покращити внутрішню організаційну культуру. Поняття «імідж» визначається як емоційно забарвлений образ, який має конкретні характеристики та спрямований на психологічний вплив на різні соціальні групи у середовищі освіти [5].

За словами О.Г. Романовського, імідж є штучною імітацією або представленням зовнішньої форми будь-якого об'єкта, особливо особи, в суспільній або індивідуальній свідомості, за допомогою засобів масової комунікації та психологічного впливу [38].

За О. Поліщук, імідж – це створення та підтримання постійного позитивного враження про товар, послуги чи підприємство, яке виробляє або реалізує товар. Створення сприятливого образу товару, послуги чи підприємства є ключовим фактором для забезпечення надійного положення на ринку [36].



За словами А. Лаврентія, імідж – це ціннісний образ будь-чого, створений для емоційно-психологічного впливу [27, с. 31].

Проте вузьке розуміння іміджу як зовнішнього вигляду, наприклад, у плані одягу для досягнення ефектного вигляду, обмежує його сутність. З належною презентацією зовнішнього іміджу можна вражати та захоплювати своєю уявою. Однак такий підхід не завжди є ефективним, адже красива упаковка не завжди є безпечною чи корисною.

Походження терміну «імідж» можна відслідкувати до латинського слова «*imago*» (зображення, відображення, видимість), яке пов'язане з латинським словом «*imitare*», що означає «імітувати». За тлумачним словником Вебстера, імідж – це імітація, тобто подання зовнішньої форми об'єкта чи особи, яке цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою засобів масової інформації, реклами або пропаганди.

Термін «імідж» став популярним у сучасному політичному вжитку, часто використовується для оцінки політиків та лідерів організацій. Імідж організації можна визначити як уявлення, яке формується в суспільній свідомості про партію, рух або блок під впливом об'єктивних та суб'єктивних обставин. Характеристика іміджу часто визначається злиттям уявлень про себе суб'єкта політики та вражень, зафіксованих засобами масових комунікацій [3, с. 28].

За В.І. Бондарем, імідж – це цілеспрямовано створений образ, багатозначне послання, що спрямоване на різні особистості, взаємно збагачуючий діалог, багатоаспектний, як стереотипний, так і особистісний [11, с. 44].

Відповідно до Г.Д. Беженара, імідж – це засіб психологічного впливу на особистість, метод саморегулювання та самоствердження, ключовий елемент передстартової підготовки, необхідний атрибут різних досягнень. В іміджі відображається сукупність як реальних, так і очікуваних якостей. Успішність іміджевого впливу обумовлена різноманітністю особистісних та образних трансформацій, які забезпечуються емоційністю, творчим станом та ідеями іміджевого інсайту [38].

Вчена О.А. Петрова вказує на те, що імідж – це категорія, яку можна універсально застосовувати до будь-якого об'єкта, який стає предметом соціального пізнання. Це може бути застосовано до особистості (персональний імідж), організації (корпоративний імідж), соціальної позиції (імідж політичного діяча), професії (імідж юриста), освіти (імідж випускника вузу, коледжу, ліцею), торговельної марки та інших об'єктів, а також до окремих споживчих характеристик матеріальних об'єктів, що визначають їх якість [33].

За словами О. Нуреєва, імідж – це навмисно створений образ, який повинен відповідати очікуванням і потребам тих, на кого він спрямований [32, с. 33].

На сьогодні поняття іміджу включає дві основні складові: інформаційну, яка представляє образ організації в свідомості громадськості; та оціночну, що відображає якісну оцінку діяльності організації [15].

Структура іміджу включає такі компоненти: імідж послуги, який представляє уявлення людей про особливі характеристики послуги; внутрішній імідж організації, який відображає уявлення співробітників про свій заклад; імідж керівника; імідж персоналу. Імідж може бути позитивним, негативним або нечітким [22].

Поняття іміджу охоплює не тільки природні характеристики особистості, але й ті, які суспільство вважає важливими, такі як зовнішній вигляд та внутрішні якості людини, враховуючи її психологічний тип, який відповідає вимогам часу. Для спеціаліста володіння позитивним професійним іміджем не є самоціллю, проте має велике значення для особистісного і професійного розвитку, відображаючи глибокий практичний зміст.

На сьогоднішній день існують різні підходи до визначення структурних компонентів педагогічного іміджу, які були запропоновані різними авторами, такими як Л. Мітіна, А. Панасюк, Г. Почепцов, В. Шепель. Наприклад, Л. Мітіна рекомендує розглядати імідж як взаємозв'язок різних складових, таких як визначені на рис. 1.1 [38, 43].

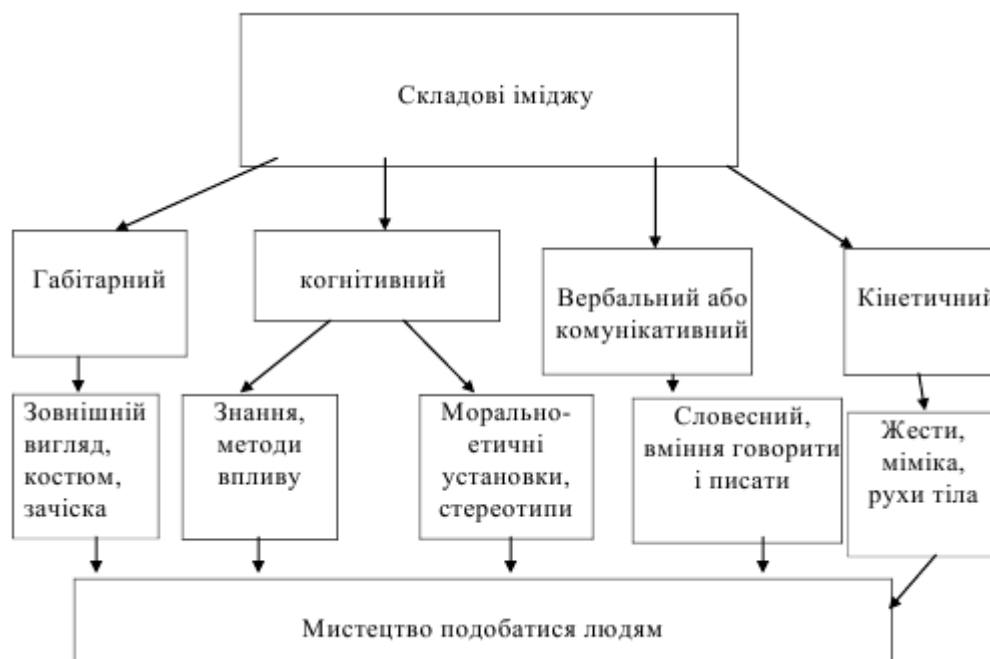


Рисунок 1.1 – Структурні компоненти іміджу

Роблячи розгляд поняття іміджу, варто опрацювати структуру іміджу. Структура іміджу буває:

- образ керівника та його заступників в організації включає в себе уявлення про їхні установки, цінності, психологічні характеристики та зовнішність;
- образ персоналу представляє собою загальний образ колективу, відображаючи його характерні риси, такі як професійна компетентність, культура, соціально-демографічні та фізичні характеристики;
- образ послуги описує уявлення про унікальні характеристики, які споживачі відзначають у цій послугі;
- образ споживачів послуг включає у себе уявлення про стиль життя, соціальний статус і психологічні особливості споживачів;
- внутрішній образ організації представляє уявлення співробітників про свій колектив;
- візуальний образ організації створюється зоровими враженнями, які фіксують інформацію про інтер'єр, аудиторії та фірмову символіку;

- соціальний образ організації відображає уявлення громади про роль закладу в економічному, соціальному та культурному житті;

- бізнес-образ організації включає у себе уявлення про неї як суб'єкта ділової активності, враховуючи такі аспекти, як ділова репутація та інноваційні технології [38].

Також треба виділити ще декілька видів іміджу, а саме: дзеркальний, цільовий (бажаний), демонстрований і поточний певного об'єкта. Якщо підставою для класифікації являються структурні особливості відображуваного об'єкта, то йдеться про індивідуальний чи корпоративний імідж. Якщо варто внести ясність, наскільки важливим є образ, виділяють одиничний або множинний імідж [23, с. 56].

Варто зазначити про те, що позитивний імідж примножує конкурентоспроможність на ринку послуг.

Описавши типи, види і складові іміджу, не можна оминати згадку про його функції. Імідж виступає як механізм успішної соціалізації особистості в сучасному світі, виконуючи різноманітні функції: адаптаційну, соціальну, розвивальну, психологічного захисту, символічного впізнання (рис. 1.2). Імідж надає можливість оптимізувати соціальні, професійні і особисті досягнення особистості, шляхом створення мети, що сприяє розвитку її внутрішніх і зовнішніх аспектів. Механізм адаптації сприяє самовизначенню в соціальній реальності через розуміння і моделювання необхідних ознак, які символізують внутрішню сутність [7].



Рисунок 1.2 – Функції іміджу

Функція соціальна передбачає збереження, концентрацію, кодування та соціальну поведінку в умовах конкретних груп та відповідних норм моралі. Розвивальна функція розкриває механізм гармонії, що визначає рівновагу між

внутрішнім і зовнішнім іміджем, та механізм трансформації, який полягає в перетворенні особистості через моделювання необхідних емоційних станів. Також важливим є механізм самонастрою, який включає символічне, образне та словесне самовизначення.

Функція психологічного захисту активує механізм використання іміджу для приховування недоліків, звільнення від тривожності та оптимізації поведінки для максимального впливу на інших.

Функція символічного впізнання вказує на готовність особистості до обміну цінностями [7].

Ми також розглянули інші підходи до визначення структурних компонентів, але зупинилися на структурі, запропонованій В.М. Криньовою, оскільки саме вона охоплює найбільш багатозначні складові іміджу, на яких слід акцентувати увагу не тільки у закладах освіти, а й у державній службі [25, с. 249].

Працюючи над теоретичним аналізом дослідження, ми виділили низку функцій іміджу державного службовця. Варто відмітити, що імідж державного службовця виконує ряд важливих функцій, серед яких можна виділити наступні:

- представницька функція – імідж державного службовця виступає як зовнішнє враження, що визначає сприйняття представниками громадськості та партнерськими організаціями. Позитивний імідж сприяє підвищенню авторитету та довіри до державного службовця;

- комунікаційна функція – імідж службовця визначає його здатність ефективно спілкуватися з різними групами людей, колегами, та громадськістю. Правильне побудування іміджу сприяє успішній комунікації та обміну інформацією;

- мотиваційна функція – імідж може впливати на внутрішню мотивацію державного службовця, викликаючи віру у власні здібності, підвищуючи самооцінку та стимулюючи до досягнення високих професійних стандартів;

- символічна функція – імідж державного службовця може стати символом певних цінностей, які він втілює у своїй роботі. Наприклад, чесність, відповідальність, та прозорість у владі;

- управлінська функція – імідж впливає на ставлення до державного службовця внутрішньої аудиторії та керівництва, що може впливати на його кар'єрний розвиток та участь у важливих проектах;

- адаптаційна функція – імідж може допомагати державному службовцю адаптуватися до змін у соціальному та політичному середовищі, забезпечуючи йому необхідні навички та ресурси для ефективної роботи. Отже, імідж державного службовця виконує комплексну роль, об'єднуючи зовнішні та внутрішні аспекти його професійної діяльності [40].

Таким чином, із вищевикладеного можемо зробити наступний висновок, а саме: імідж – це комплексне поняття, яке охоплює враження та уявлення про особу чи організацію. Важливість його розуміння полягає у визначенні та формуванні власного образу в громадськості. Функції іміджу включають представницьку, комунікаційну, мотиваційну, символічну, управлінську та адаптаційну. Складові іміджу визначаються зовнішніми та внутрішніми аспектами, які формують враження та створюють унікальний образ. У суспільстві імідж виступає не лише як засіб взаємодії, але й як ключовий елемент успішної соціалізації та досягнення професійних цілей.

## 1.2 Основні чинники формування іміджу державного службовця

Позитивний імідж інституту державної служби є результатом системної та постійної роботи, спрямованої на створення, утримання та посилення гармонійного сприйняття громадськістю. Це важлива складова модернізації інституту, і однією з ключових характеристик позитивного ставлення громадян до державних службовців є їх професіоналізм. Професіоналізм включає ґрунтовну підготовку, високий рівень виконання завдань, постійне самовдосконалення та володіння різними аспектами роботи [24, с. 283].

Опитування свідчить про те, що позитивне сприйняття населення є ключовим для успішної роботи державної служби, і більшість респондентів вважає це важливим аспектом. Крім того, деякі вказали на виникнення конфліктів та непорозумінь у взаємодії з державними службовцями, що підкреслює необхідність покращення комунікації та взаєморозуміння.

Отримані результати викликають тривогу. Хоча кількість громадян, які стикалися з конфліктами та непорозуміннями при спілкуванні з державними службовцями, є не такою великою, як можна було б сподіватися, проте важливо знизити цей показник до мінімуму або повністю уникнути таких ситуацій. Взаєморозуміння з громадянами повинно бути пріоритетом для розвитку особистості державного службовця.

Щодо важливих рис характеру для державного службовця, опитувані вказали на здатність до співчуття, інтелігентність, впевненість у собі та чесність як найважливіші. Це вказує на те, що громадяни покладають великий акцент на етичні та моральні якості представників державної служби. Професіоналізм також визначений як ключовий показник, але велика кількість респондентів не задоволені загальним професійним рівнем державних службовців в Україні. Це вказує на необхідність покращення професійних стандартів та рівня кваліфікації державних службовців для задоволення очікувань громадян.

Фахівці з державного управління визначають ключові професійні та особисті риси для державних службовців, які формують їхній особистий імідж. Серед цих рис виділяють гуманізм, гуманітарну освіченість, компетентність, ерудованість, динамізм, активність, працелюбність, послідовність, швидку реакцію на ситуацію, моральну надійність, дотримання етикету, дисциплінованість, вміння впливати на людей справою, словом і зовнішньою естетичною привабливістю [18].

У відповідь на недоліки державних службовців, які вказали респонденти, найчастіше обирали «неоднакове ставлення до різних людей, надання пріоритету лише певним особам» та «не пунктуальність». Це вказує на важливість рівного та справедливого обслуговування громадян та необхідність

вирішення проблеми з не пунктуальністю шляхом ефективного управлінського підходу.

Дотриманням державними службовцями офіційно-ділового стилю в одязі вважається важливим аспектом їхнього іміджу, проте значна частина опитаних виражає схвалення та розуміння для деяких відхилень в цьому питанні, що віддзеркалює загальні стереотипи щодо вибору стилю одягу представників органів влади в Україні.

Респонденти вважають, що для покращення іміджу державних службовців України основними аспектами є відданість інтересам держави та служіння народу, а також володіння професійними знаннями, якостями та навичками, а також особистими моральними якостями та рисами характеру. Громадськість підкреслює, що позитивний імідж органів державної влади може бути сформований шляхом їхньої «презентації» як компетентних структур з кваліфікованим персоналом, інноваційним підходом та практичним досвідом.

У цьому контексті важливо, щоб влада та її установи були сприйняті суспільством як відкриті, прозорі та доступні для діалогу, дискусій, пропозицій і співпраці. Сприйняття влади як публічного об'єкта, що здійснює свою діяльність з підзвітністю перед громадянами, має важливе значення для позитивного іміджу.

Дослідження показує, що більшість респондентів погоджуються з твердженням, що державні службовці є «обличчям держави». Це свідчить про те, що сприйняття громадськості щодо державних службовців визначає їхню роль та відповідальність у формуванні іміджу держави. Спільний погляд на цю тему вказує на необхідність розвитку нового, позитивного іміджу державних службовців в Україні [14].

Отже, поточний стан іміджу державних службовців вимагає змін і впровадження інноваційних стратегій для його покращення на загальнодержавному рівні. Імідж державних службовців тісно пов'язаний з «іміджем державної влади» і вимагає формування на нових принципах,



спрямованих на поліпшення особистих моральних якостей та професійних характеристик, важливих для ділового середовища.

До вимог щодо службової поведінки працівників державних установ включаються установчі, заборонні та рекомендаційні аспекти. Особливу увагу слід звернути на такі внутрішні та зовнішні фактори, як зовнішній вигляд, манери, психологічні риси та етичні якості, які безпосередньо впливають на імідж публічного службовця.

Сучасний імідж державних службовців також обумовлений внутрішніми чинниками, такими як харизма, комунікабельність, наявність позитивних особистісних якостей. Важливо враховувати етичні стандарти, такі як порядність, вірність слову, повага до оточуючих та виконання встановлених правил, які також формують імідж державного службовця [26].

Крім того, існують фактори, які можуть негативно впливати на імідж державного службовця, такі як непослідовність, некомпетентність, непрозорість та інші негативні аспекти. Покращення іміджу вимагає системного підходу та урахування різноманітних чинників, що впливають на сприйняття державних службовців громадськістю [45].

Визначення і реалізація стратегій для формування позитивного іміджу державних службовців вимагає системного та цілеспрямованого підходу. Наведений алгоритм може слугувати основою для розробки ефективної стратегії формування іміджу. Розглянемо кожен етап більш детально:

Визначення об'єктивних якостей та компетенцій публічного службовця:

- аналіз особистих якостей, професійних навичок і досвіду кожного службовця;
- визначення ключових сфер компетенції та здібностей.

Дослідження очікувань цільової аудиторії:

- проведення анкетування, опитувань або інших форм збору думок громадян;
- аналіз соціальних мереж та засобів масової інформації для визначення стереотипів та очікувань.

Виявлення переваг державного службовця:

- визначення унікальних рис особистості та досягнень, які можуть визначати позитивний імідж.

Вивчення уявлень цільової аудиторії про образ державного службовця:

- ретельне вивчення стереотипів та думок громадськості щодо представників влади.

Конструювання іміджу державного службовця:

- розробка стратегії позиціонування та унікального образу;
- формування ключових повідомлень та слоганів.

Поетапна реалізація сформованої моделі іміджу:

- проведення публічних заходів, які відображають новий імідж;
- впровадження комунікаційних кампаній та PR-заходів.

Контроль реалізації моделі іміджу:

- моніторинг реакції громадськості та коригування стратегії в разі потреби.

Застосування ефективного моніторингу та модернізація:

- використання аналітики та звітності для визначення результативності стратегії;

- внесення змін та модернізація стратегії на основі отриманих даних [26].

Загальний підхід, спрямований на взаємодію з аудиторією та врахування її очікувань, дозволяє ефективно формувати та управляти іміджем державних службовців [44].

Формування іміджу державного службовця залежить від різноманітних чинників, що впливають на сприйняття та оцінку його образу в громадськості. Основні чинники включають [28]:

- професійну компетентність – рівень знань, навичок та професійної експертизи державного службовця визначає, наскільки його імідж буде сприйматися як авторитетний та довірений;

- етику та моральність – додержання етичних стандартів та високий рівень моральності впливають на позитивне сприйняття державного службовця громадськістю;

- ефективність роботи – досягнення конкретних результатів у виконанні службових обов'язків сприяє формуванню позитивного іміджу;

- комунікативні навички – здатність взаємодіяти з громадськістю, вести відкритий діалог та ефективно комунікувати впливає на сприйняття державного службовця;

- відповідальність та прозорість – чесність, відкритість та готовність взяти на себе відповідальність за свої дії сприяють довірі громадськості;

- зовнішність та стиль – вигляд, одяг та загальний стиль державного службовця можуть впливати на перше враження та загальний імідж;

- здатність адаптації – гнучкість та здатність адаптуватися до змін у суспільстві та викликів сприяють позитивному ставленню громадськості [28, с. 20].

Дані чинники взаємодіють і спільно визначають імідж державного службовця, впливаючи на сприйняття його ролі та внесок у суспільство.

Отже, процес формування позитивного іміджу державного службовця можна розподілити на дві основні групи заходів. Перша група включає заходи, спрямовані на підвищення продуктивності роботи внутрішніх державних службовців шляхом удосконалення кадрової діяльності. До другої групи відносять заходи, спрямовані на розробку та ефективне впровадження етичних норм професійної діяльності представників влади.

У сучасних умовах розвитку державної служби для формування позитивного іміджу державних службовців також важливо використовувати різноманітні засоби масової комунікації. Висвітлення труднощів, з якими стикаються державні службовці, у ЗМІ, успішне вирішення цих труднощів та інші досягнення цих працівників сприятимуть формуванню позитивного образу. Загальна система заходів сприятиме створенню реалістичного,

цілісного, успішного та позитивного образу державного службовця, який заслуговує довіру громадян.

Таким чином, із вищевикладеного можемо сказати, що саме ключовими факторами у формуванні позитивного іміджу державної служби України повинні стати професіоналізм представників цієї служби та реалізація моделі взаємної комунікації між владою та народом на основі принципів чесності та відкритості.

### 1.3 Принципи та методологія формування позитивного іміджу державного службовця

Існуюча культура державного управління в Україні в значній мірі витікає, на превеликий сум, з радянського періоду, де визначальними були адміністративний стиль поведінки, командно-авторитарний метод управління та пригнічення будь-якої ініціативи, яка не вписувалася в нормативні акти. Ця спадщина, включаючи культуру командно-адміністративної системи управління, передалася українському владному апарату та чиновникам [37].

На сьогодні, через недостатній соціально-економічний захист і відсутність стимулів, багато державних службовців, особливо молодших, шукають інші місця роботи, або, в іншому випадку, вдаються до незаконних дій, таких як хабарництво. Це приводить до збільшення контролюючих органів, а їхні працівники також стикаються з несприятливими умовами. Це створює замкнуте коло, що призводить до втрати кадрових резервів у державному управлінні і, в той самий час, втрати культури та професіоналізму в цій сфері.

У результаті, державна служба втрачає привабливість, а державні службовці втрачають повагу та довіру. Цей підхід не сприяє розвитку та будівництву демократичного суспільства в Україні. Велика кількість бюрократів гальмує проведення реформ. Зменшення професіоналізму та ефективності державного управління, а також падіння культури державного службовця призводять до загального втрати авторитету для державних та

владних структур. Збереження позитивного ставлення громадськості важливо для ефективного функціонування державної влади. Тому у сучасних умовах розвитку державної служби необхідно активно займатися формуванням позитивного іміджу державних службовців у громадській свідомості. Фахівці з державного управління повинні мати чітке розуміння теоретичних засад цього явища та усвідомлення сучасного уявлення про державних службовців у суспільстві [30].

Варто відмітити, що головним атрибутом іміджевої системи, будь-якої, є структура. Науковець Л. Мазник, говорить про те, що до структури іміджу органу державного управління входить 8 складових компонентів. Нижче пропонуємо їх розглянути:

а) діловий імідж організації визначається сприйняттям організації як суб'єкта ділової активності, включаючи якість та своєчасність надання послуг громадянам;

б) імідж працівників обумовлює уявлення про їхній стиль життя, соціальний статус та певні особистісні психологічні характеристики;

в) внутрішній імідж організації формується на основі сприйняття її культури та соціально-психологічного клімату;

г) імідж керівника включає уявлення про його можливості, ціннісні орієнтації, психологічні характеристики та зовнішність;

д) імідж персоналу – це узагальнене уявлення про фахову компетентність, мобільність, точність виконання роботи, інформованість, культуру спілкування та соціально-психологічні характеристики працівників;

е) візуальний імідж організації визначається зоровими відчуттями, які фіксують інформацію про інтер'єр офісу, приймальню керівника, кабінет та символіку організації;

є) соціальний імідж організації відображає уявлення широких кіл громадськості про соціальні цілі та роль організації у житті громади;

ж) імідж послуги визначається уявленням людей про особливості, якими відрізняються надані послуги [29, с. 31].

Найбільш важливими є фактори, які можуть впливати на формування іміджу державної влади. До них відносять:

- забезпечення ефективності діяльності влади в інтересах громадян;
- здійснення дій відкрито та прозоро, сприяння влади взаємодії з громадянами;
- здійснення контролю над діяльністю державних службовців;
- реалізація ефективної та об'єктивної кадрової політики в органах державної служби, що виступає важливою складовою механізму формування іміджу;
- впровадження організаційної культури [34].

Сьогодні виділяється у наукових дослідженнях 2 зрізи іміджу державного службовця. А саме:

А) Перший тип іміджу, базовий, виникає поступово і відзначається стійкістю, що робить його важким для змін. Він формується на основі загального сприйняття особи з часом і не схильний до раптових змін навіть при виникненні випадкових відхилень.

Б) Другий тип іміджу, ситуативний, формується під впливом певних обставин, кризових ситуацій або непередбачених подій. Середні громадяни швидше сприймають ситуативну поведінку державного службовця, що впливає на їхнє емоційне ставлення до нього та його роботи [42, с. 165].

Однією з основних методик дослідження феномена іміджу в науковій практиці є використання методів соціології. Перспективним є також залучення психології та інших відомостей, оскільки імідж відноситься до психологічних явищ. Застосування вільного (прямого) асоціативного експерименту виявляється ефективним при визначенні образів, які існують у свідомості людей [41].

Зі своїми професійними навичками, менталітетом і культурою, державні службовці відрізняються від інших соціально-професійних груп важливою особливістю, як відповідальність за управління в державі. Ця особливість викликала увагу науковців на всіх етапах суспільного розвитку, і цікавість до

неї розповсюджувалася також на працівників цієї соціально-професійної групи. Тема стану, особливостей, функціонування та формування моральної культури державних службовців, етики та позитивного іміджу державних службовців є важливою для дослідження.

Державні службовці визначаються як соціальна підгрупа інтелігенції, обрана за допомогою спеціального відбору з різних класів та соціальних груп суспільства, об'єднана професійним виконанням державних функцій. Представники цієї підгрупи володіють різними соціальними та професійними здібностями, мають особливості способу життя, психології, спілкування і поведінки, а також характеризуються специфічною системою потреб, норм і цінностей [34].

Проблеми моральності в державній службі стають актуальними у зв'язку із необхідністю подолання негативного іміджу державної служби. Державний службовець, виконуючи службові обов'язки, повинен дотримуватися моральних принципів безкорисливості, незалежності, відповідальності і невідкупності, збалансовуючи свої особисті інтереси з суспільними. Це є необхідною умовою його службової діяльності. Порушення цих принципів може призвести до бюрократизму, свавілля, несправедливості та аморальності. Етичні вимоги, які забороняють посадовим особам приймати подарунки та винагороди за службові дії, відображені у встановлених законами обмеженнях, пов'язаних із державною службою, зокрема в Законах України «Про державну службу» та «Про боротьбу з корупцією».

Принципи і методологія формування позитивного іміджу державного службовця ґрунтуються на ряді ключових принципів та підходів, спрямованих на створення та підтримку позитивного враження в громадськості. Нижче пропонуємо розглянути декілька головних принципів і методів для досягнення даної мети:

а) прозорість і відкритість:

- прозорість у діяльності – державний службовець повинен відкрито і чесно інформувати громадськість про свою роботу та прийняті рішення;

- відкритість до діалогу – сприяння активному взаємодіалогу із громадськістю, врахування їхніх думок і поглядів;

б) етика і чесність:

- дотримання етичних норм – ведення себе відповідно до встановлених етичних принципів і відмова від неправомірних дій;

- чесність в прийнятті рішень – прийняття об'єктивних та справедливих рішень, що відповідають законодавству і потребам громадян;

в) професіоналізм:

- розвиток професійних компетенцій – постійне вдосконалення своїх знань і навичок для виконання службових обов'язків на високому рівні;

- співпраця з експертами – співпраця з фахівцями та консультантами для ефективного вирішення завдань;

г) активна комунікація:

- використання ЗМІ – посилення співпраці з ЗМІ для висвітлення позитивних аспектів роботи та досягнень;

- взаємодія з громадськістю – спілкування та взаємодія з громадськістю через різноманітні платформи;

д) соціальна відповідальність:

- участь в громадських ініціативах – активна участь в соціальних та благодійних проектах;

- забезпечення соціальної справедливості – спрямованість на розвиток і впровадження програм та політик, спрямованих на покращення соціального становища громадян;

е) індивідуальний підхід:

- розуміння аудиторії – аналіз потреб і очікувань громадськості для адаптації комунікаційної стратегії та дій;

- врахування різноманітності – розуміння та повага до різноманітності громадянської аудиторії;

є) системний підхід [39]:



- взаємодія з іншими органами – співпраця з іншими державними органами для вирішення загальних завдань і проблем;

- комплексний підхід до проблем – вирішення проблем за допомогою системних і комплексних підходів.

Саме дані принципи і методи утворюють основу для створення позитивного іміджу державного службовця та сприяють взаємодії із суспільством на високому рівні довіри та розуміння [39].

Таким чином, принципи та методологія формування позитивного іміджу державного службовця визначаються низкою ключових принципів, що включають в себе прозорість та відкритість, етику та чесність, професіоналізм, активну комунікацію, соціальну відповідальність, індивідуальний та системний підходи. Дані принципи, взаємодіючи між собою, створюють цілісний підхід до позитивного формування іміджу державного службовця. Прозорість і відкритість забезпечують довіру громадян, етичні принципи та чесність визначають моральний фундамент, професіоналізм та постійна саморефлексія гарантують високу якість державної служби. Активна комунікація та соціальна відповідальність сприяють взаєморозумінню та конструктивній взаємодії з громадськістю. Індивідуальний підхід та системний підхід допомагають у врахуванні різноманітності аудиторії та вирішенні проблем на різних рівнях. Загалом, ці принципи є важливими для підтримання та покращення позитивного іміджу державного службовця в суспільстві, сприяючи його взаємодії з громадянами та підвищенню рівня довіри до державних інститутів.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ

### 2.1 Характеристика сучасного стану формування іміджу в Україні

Формування позитивного іміджу публічної служби, яка включає державну службу та службу в органах місцевого самоврядування, визначається як важливий аспект комунікативної діяльності держави, що є необхідним елементом системи публічного управління в умовах розвитку інформаційного суспільства. Перспективою його розвитку є адаптація до динаміки та тенденцій суспільного розвитку. На важливості формування позитивного іміджу, присвячуючи цьому аспекту пріоритетне значення наголошують сучасні дослідники і практики. У роботах, присвячених аналізу іміджу як глобального соціального явища, можна виявити ряд характеристик, які становлять загальний зміст цього явища в розумінні різних науковців.

Термін «образ» визначається як уявна картинка, що виникає у свідомості людини в результаті безпосереднього чи опосередкованого відображення дійсності. Образ відтворює як зовнішні, так і внутрішні характеристики відображених об'єктів, предметів і явищ. Внутрішні аспекти, які не можна спостерігати безпосередньо, приписуються об'єктам на основі потреб людини та сформованих стереотипів взаємозв'язків між зовнішнім і внутрішнім. Образ служить регулятором поведінки людини. Хоча очевидно, що образ та імідж взаємопов'язані, ці терміни не є тотожними [12].

Аналізуючи природу іміджу, дослідники акцентують увагу на його об'єктивних зумовленостях, котрі базуються на певних характеристиках масової свідомості, зокрема на впливі соціальних стереотипів. Стереотипи представляють собою стійкі, емоційно насичені, спрощені моделі об'єктивної реальності, які формують конкретні оцінки та судження, набуваючи форм понять і здатні викликати у людей почуття симпатії або антипатії, пов'язані з їхнім досвідом. Вони грають важливу роль у процесі оцінювання суспільних

явищ і процесів, сприяючи «скороченню» сприйняття та розуміння, що призводить до швидкого прийняття відповідних рішень. Одночасно, спрощуючи соціальне сприйняття, стереотипи часто викликають формування примітивної, поверхневої свідомості, яка виявляється у вузькості та неадекватності сприйняття подій, явищ, людей та їхнього ставлення до них.

У науковій літературі поняття «імідж» може бути розглянуто як цілеспрямований образ, сформований для певної особи, явища чи предмета, що підкреслює конкретні ціннісні характеристики і призначений викликати емоційно-психологічний вплив на аудиторію з метою популяризації, пропаганди, реклами тощо [13].

Імідж є конкретним уявленням про людину, товар чи інститут, яке цілеспрямовано формується в масовій свідомості. У найзагальнішому розумінні імідж можна визначити як зовнішню форму будь-якого об'єкта чи явища, а саме: товару, інституту, людини, або уявлення про них, що цілеспрямовано, свідомо формується в масовій свідомості за допомогою конкретних методів, приміром: реклама, пропаганда [47].

Імідж є цілісним уявним комплексом, який складається з численних елементів, одним з яких є професіоналізм державних службовців. Водночас, професіоналізм передбачає здатність державного службовця визначати найбільш ефективні шляхи та способи реалізації завдань у межах нормативно визначених повноважень. Оскільки фахові обов'язки державних службовців спрямовані на конкретні сфери діяльності, то державний службовець повинен мати вищу освіту в галузі, що відповідає вимогам професійно-кваліфікаційної характеристики. Професіоналізм службовців визначає якісне виконання посадових обов'язків, стабільність публічної служби, готовність до вирішення складних завдань та постійне підвищення кваліфікації. Організація інформаційного руху службовців повинна відповідати не лише загальнодержавним інтересам, утім й визначеним законом правилам [9, 46].

Професійний обов'язок державних службовців включає в себе вміння відбирати, обробляти та аналізувати інформацію, захищаючи права і гідність

особи і використовуючи лише ту інформацію, без якої неможливо ефективно вирішити завдання в інтересах особи та держави. Реалізація принципу професіоналізму передбачає постійний професійний розвиток персоналу державної служби та служби в органах місцевого самоврядування, забезпечений ефективною системою підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації службовців. Розглядається як довгостроковий процес, динамічний і залежний від соціально-економічного стану держави навчання, і має бути диференційованим відповідно до професійних обов'язків та повноважень державних службовців відповідно до завдань органів державної влади та місцевого самоврядування [19, с. 400].

У зв'язку з цим важливо розглядати перехід від інформаційного до моделювального навчання, оскільки для сучасного службовця важливо не тільки знання само по собі, але й здатність ефективно діяти в різних реальних ситуаціях. Реформи в Україні створюють фундамент для оновлення професійно-кваліфікаційних характеристик державних службовців, формування критеріїв та методів оцінювання при доборі, просуванні по службі і атестації, а також визначення змісту навчання державних службовців та вдосконалення механізмів конкурсних і атестаційних заходів. Перш за все, однією зі складових формування позитивного іміджу державних службовців є їхня самоосвіта. Практику самоосвіти варто розвивати, оскільки в публічній службі сьогодні впроваджується принцип безперервного навчання протягом усього професійного життя.

Наш досвід показує, що спеціальна навчальна програма з питань розвитку корпоративної культури може сприяти підвищенню рівня професійної компетентності державних службовців. Необхідно зосередитися на освоєнні основних гуманітарних технологій для формування корпоративної культури у навчальній програмі. Дана програма набула актуальності через сучасні підходи до державного управління, в яких великий акцент робиться на управлінських аспектах у сфері людських ресурсів. Навчальний модуль спільно з іншими програмами покликаний забезпечити гуманістичний підхід у роботі керівників

органів державної влади, служби персоналу та інших структурних підрозділів, які мають взаємодіяти з іншими особами в рамках своєї професійної діяльності.

Мета вказаного навчального модуля полягає в формулюванні, систематизації та закріпленні в службовців комплексу знань з теоретичних основ корпоративної культури, а також отриманні практичних навичок, необхідних для реалізації ціннісного аспекту корпоративної культури у межах їхньої професійної діяльності [17].

Завдання вказаної навчальної програми включають освоєння концепції корпоративної культури, узагальнення технологій формування корпоративної філософії, підготовку до проектування та реалізації технологій формування корпоративної культури, а також розробку технологій формування культури міжособистісних відносин і трудової поведінки державних службовців. Також важливими є освоєння технологій корпоративного навчання та розвитку персоналу органів державної влади тощо.

Одночасно можна визначити ключові чинники, які впливають на створення іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування. Серед них важливість забезпечення результативності управління в інтересах громади, прозорість та відкритість влади для діалогу з громадянами, контроль за діяльністю державних службовців та її висвітлення в ЗМІ, ефективна кадрова політика як складова формування іміджу, а також надання високоякісних послуг громадянам.

Фахівці з державної служби часто вказують на певні професійні й особисті характеристики, котрі зобов'язані визначати державних службовців і слугувати основою для їхнього особистого іміджу. Серед таких рис: гуманізм, гуманітарна освіченість, компетентність, динамізм, активність, працелюбність, послідовність, швидка реакція на ситуації, моральна надійність, дотримання етикету, дисциплінованість, вплив на людей словом та справою, зовнішня естетична привабливість.

Для отримання позитивного іміджу державних службовців, їх «презентація» суспільству повинна підкреслювати їхню компетентність,

наявність професіоналів, інноваційне мислення та практичний досвід в галузях, пов'язаних із конкретним органом влади.

Важливо, щоб державні службовці виступали перед громадськістю як відкриті, прозорі та готові до діалогу, дискусій, пропозицій і співпраці. Їхня діяльність повинна бути публічною, з підзвітністю перед населенням, інформуванням про плани, перспективи, мотиваційні основи прийнятих рішень та методи їх досягнення [17].

Формування нового іміджу вимагає чіткої структури, систематичного управління та реалізації за відповідною схемою в залежності від умов. Ключовим елементом ефективного іміджу державної служби і їх співробітників є рівень довіри громадськості, харизматичність лідерів влади, готовність нести відповідальність за прийняті рішення, внутрішнє й зовнішнє позиціонування владних структур, здатність представляти свою діяльність, особистісні якості, розвинені комунікативні здібності тощо.

Можна зазначити, що поточний стан іміджу державної служби та службовців вимагає змін і впровадження інноваційних стратегій для його поліпшення на національному рівні. Імідж державних службовців відзначається тісним пов'язанням із комплексом, відомим як «імідж влади». Створення нового іміджу службовців також передбачає застосування принципу вдосконалення особистих моральних якостей та професійних характеристик, які мають значення в бізнес-середовищі.

Процес формування позитивного іміджу державних службовців повинен відбуватися поетапно, систематично і постійно. Імідж державних службовців передбачає також соціальне конструювання, що базується на професійних та моральних якостях всіх службовців. Його трьома основними комунікативними функціями (табл. 2.1).

Формування позитивного іміджу органу влади та місцевого самоврядування може бути розглянуто з урахуванням двох паралельних процесів:

- самовільного формування у суспільній свідомості уявлення про владу;

- цілеспрямованого його створення, враховуючи потреби та очікування суспільства.

Таблиця 2.1 – Головні комунікативні функції іміджу

Функція	Характеристика
1-ша функція	полегшити аудиторії сприйняття інформації про державну службу
2-га функція	забезпечити режим найбільшого сприяння при сприйнятті особистості державного службовця
3-тя функція	підготувати ґрунт для формування установок щодо позитивного ставлення до окремого службовця та системи державного управління загалом

Джерело: складено за даними джерел [6,10,21]

Якщо не працювати цілеспрямовано над створенням позитивного іміджу, образ, сформований в уяві громадян, може виявитись таким, що не відповідає реальному стану справ та має небажані відхилення від реальності. Все це може позначитись на ставленні громадян до влади, поглиблювати існуючі суперечності та викликати недовіру до органів державної влади й органів місцевого самоврядування.

Відповідно до основних завдань реалізації Стратегії державної кадрової політики, затвердженої Указом Президента України від 01.02.2012 р. [16], спрямованих на розвиток корпоративної культури і формування позитивної іміджу органів державної влади, визначено формування здійснення заходів. У зв'язку із цим та з метою виконання п. 16 і 19 Плану заходів щодо реалізації положень Стратегії державної кадрової політики на 2012-2020 рр., 2023-2025 рр. затвердженого Указом Президента України [16].

Наступним етапом впровадження корпоративної культури повинна стати реалізація стандартів цієї культури в сфері державного управління. З нашого погляду, розробка кодексу корпоративної культури для органів державної служби є важливим кроком для досягнення даної мети. Основна мета кодексу включають у себе зміцнення та розвиток корпоративної культури відповідних органів влади, підвищення їхнього позитивного іміджу на національному і міжнародному рівні, а також підвищення мотивації співробітників для свідомої

підтримки та реалізації стратегічних завдань, визначених вищими органами влади України.

Сучасно стає дедалі більш очевидним, що встановлення довіри між громадянами та органами державної служби, а також консолідація на цій основі суспільства, є однією з найактуальніших проблем у сфері публічного управління, і, відповідно, в процесі покращення іміджу відповідних органів влади. Формування позитивного іміджу державного службовця повинно бути спрямовано на подолання недовіри громадськості до діяльності цих органів, а також, в цілому, сприяти модернізації системи публічного управління. Багато українських вчених вказують на недоліки і навіть відсутність узгодженої, перспективної програми діяльності урядових структур України з метою розвитку конструктивних відносин з громадськістю для формування позитивного іміджу влади та її представників.

Проблеми формування іміджу державного службовця аналізуються з точки зору формування іміджу як державних службовців, політиків, так і представників місцевого самоврядування. Зокрема, українські вчені вказують на турботу суспільства про поведінку державних службовців, якість суспільних послуг, боротьбу з корупцією, ефективність державної політики та важливість громадського контролю за діяльністю публічних органів. Вважається основним критерієм ефективності чиновника – його готовність нести відповідальність за прийняті рішення [10].

І. Пантелейчук вказує на те, що позитивний імідж державного службовця є важливим показником авторитету та успішності держави, котрий повинен відображає її економічну міць, багатство, впливовість та добробут населення. Особливо в умовах глобалізації, що визначає розвиток сучасної цивілізації, оперативність та координованість дій державного службовця є цінними для реагування на глобальні виклики. Процеси вимагають конструктивної співпраці з громадськістю [17].

С. Могильний вказує, що проблема формування позитивного іміджу кадрів органів державної служби стає особливо актуальною в періоди переходу



суспільства через кризові моменти, коли зростає тиск зовнішніх обставин, а внутрішні конфлікти підірвуть основи державної влади та системи управління. До розбалансованості владних повноважень та уповільнити впровадження інноваційних технологій управлінського контролю, саме це може призвести. Ефективний моніторинг і аналіз змін у стані об'єкта є ключовими для забезпечення конструктивної взаємодії [17].

Позитивний імідж державного службовця може бути сформований шляхом їхньої презентації як компетентних структур, укомплектованих досвідченими фахівцями, здатними до ефективної діяльності. Одночасно, дані структури повинні позиціонувати себе як відкриті, прозорі та доступні для діалогу, дискусій та співпраці. Діяльність державного службовця повинна мати публічний характер, включаючи підзвітність перед населенням та інформування про плани та рішення [36, с. 47].

Для сприяння позитивному сприйняттю державними службовцями населення та створення атмосфери партнерства між державними службовцями і суспільством важливо, щоб всі державні службовці були позитивно сприйняті громадськістю. Також варто враховувати вплив зовнішнього середовища на формування іміджу державної влади, зокрема, оцінку громадськістю їхньої діяльності та ефективності виконання функцій. Отже, імідж державних службовців є цінним показником, що може змінюватися відповідно до умов суспільно-політичного, соціально-економічного та культурного розвитку суспільства.

Оцінка іміджу органів державної влади може базуватися на двох аспектах: дії (діяльності) та поведінці. Оцінка діяльності визначається рівнем виконання функціональних обов'язків та наслідками їх функціонування для суспільства. Якість іміджу, будь то позитивний чи негативний, визначається стилем поведінки державних службовців та їхнім ставленням до представників громадськості. Важливо враховувати, що дані оцінки ґрунтуються на суспільних угодах, частина яких відображена в законах та підзаконних актах, що стосуються діяльності органів державної служби.

Аналіз літератури, який ми здійснили, дає змогу виділити фундаментальні принципи формування позитивного іміджу державних службовців, серед яких можна відзначити наступні (табл. 2.2).

Таблиця 2.2. – Фундаментальні принципи формування позитивного іміджу органів державної влади

Принципи	Характеристика
1-ий принцип	далекоглядність (стратегічність) центральних органів виконавчої влади характеризує їх здатність запропонувати громадянам перспективні та ефективні програми розв'язання суспільно-політичних та економічних проблем
2-ий принцип	справедливість центральних органів виконавчої влади передусім пов'язується із законністю, відкритістю та прозорістю їх діяльності, а головне із дотриманням чітких етичних та правових стандартів суспільної життєдіяльності, в протилежному випадку влада ризику виглядати в очах громадськості беззаконною, безвідповідальною і високо корумпованою
3-ій принцип	стабільність функціонування центральних органів виконавчої влади створює ефект передбачуваності та перспективності процесів реалізації державної політики. Саме стабільність, яка характеризує ефективну реалізацію функцій державного управління є важливою складовою формування рівня довіри до влади з боку громадськості. Від того наскільки влада є стабільною залежить тривалість комунікативного зв'язку влади та громадськості

Джерело: складено за даними джерел [3,13,15]

Принципом формування позитивного іміджу до державного службовця є також довіра. Вона може досягнута бути, якщо послідня доводить свою стратегічну спрямованість надавати об'єктивну інформацію громадськості про свої рішення, декларуючи тим самим відкритість і прозорість своїх дій [40, с. 136].

Таким чином, на підставі проведеного аналізу сучасного стану формування іміджу в Україні можна зазначити, що цей процес відіграє важливу роль в системі державних пріоритетів. Зростання впливу інформаційно-комунікаційних технологій і усвідомлення органами державної влади ключової ролі іміджевої політики підкреслюють важливість позитивного сприйняття центральних органів виконавчої влади як чинників ефективності державної політики та національного інтересу. Забезпечення позитивного іміджу владних структур в Україні стає невід'ємною частиною зміцнення довіри громадян до

органів влади та впливового позиціонування на міжнародному рівні. Формування позитивного іміджу державного службовця займає ключове положення серед державних пріоритетів. Це обумовлено кількома об'єктивними причинами: в першу чергу, стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, котрі значно розширили можливості впливу державного апарату в іміджевому аспекті; вдруге, чітке усвідомлення органами державної влади важливої ролі, яку грає збалансована іміджева політика у забезпеченні ефективності державної політики та реалізації національного інтересу.

## 2.2 Оцінка формування іміджу публічного службовця

Професійний розвиток відіграє важливу роль у житті державного службовця, що випливає з природної потреби людей у розвитку та досягненнях. Це тривалий індивідуалізований процес, що охоплює майже все життя людини і включає розвиток знань, умінь, навичок і особистих характеристик. Де відбуваються непередбачувані зміни, а це у сучасному бурхливому середовищі, державні службовці використовують концепцію брендінгу особистості для ефективного управління своїм іміджем. Бренд особистості виступає як повідомлення оточуючим про те, чого очікувати від особистості, і його створення спрямоване на досягнення особистої вигоди чи винагороди.

Цінним аспектом уникнення негативного впливу асиметричної інформації є підтримка позитивної репутації. Прагнення зберегти позитивну репутацію сприяє належним суспільним взаємовідносинам та стає основою для послуги особистого брендінгу, яка є особливо актуальною в сучасних умовах [2].

У контексті брендінгу особистості як послуги, його процесний характер відрізняє його від виробництва матеріальних товарів. Така послуга є видом корисної діяльності, спрямованою на зміну якісних характеристик існуючих об'єктів. Визначення якісних характеристик брендінгу особистості викликає значний науковий інтерес через його нематеріальність.

Запропоновані нами характеристики послуг були розділені на кілька груп відповідно до того, які потреби вони задовольняють. Дані групи нижче представлені у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Основна характеристика послуг державних службовців

Назва 1	Зміст характеристики 2
Комфортність	під комфортністю розумітимемо такі умови надання послуги <u>брендингу</u> особистості, які забезпечують якомога нижчу вірогідність виникнення незручних для клієнта ситуацій (швидкість реагування на запити, близькість розташування, кваліфікованість персоналу (професіоналізм, ввічливість, грамотність), зручність і простота <u>інтернет-сайту</u> ). В даному дослідженні якісну характеристику комфортності, на нашу думку, можна виразити за допомогою коефіцієнту кваліфікованості кадрів, що розраховується на основі співвідношення кількості працівників, які мають відповідні документи на підтвердження власного професійного рівня та загальної чисельності зайнятих в сфері надання конкретних послуг
Економічність	наступна характеристика, яку розглядаємо з погляду співвідношення ціна-якість мінімізації витрат з боку клієнта (часу, коштів, ресурсів) є економічність. На нашу думку, достатньо показовою в цьому сенсі є «середня тривалість проекту», оскільки, в переважній більшості випадків (окрім ситуацій, коли тривалість проекту скорочується за бажанням клієнта у зв'язку з терміновістю його виконання) чим менше триває проект, тим нижчою є його ціна за рахунок зменшення обсягу середніх постійних витрат організації
Продуктивність	категорія, що свідчить про рівень віддачі з боку держави щодо клієнта, а також наскільки виправданим виявилось застосування послуги як засобу вирішення конкретних проблем
Безпечність	одна з найбільш вагомих якісних характеристик, яка відображає ступінь ризикованості певного проекту

Джерело: складено за даними джерел [1, 2, 4, 8]

Оцінити якість та виявити відмінності між двома видами послуг, які на перший погляд можуть здатися однаковими, представляє собою завдання викликане складністю. Очікуваний ефект від впровадження, наприклад, управлінського обліку, може стати відчутним не раніше, ніж через півроку.

Необхідність впровадження принципу довіри в поведінці державного службовця є ключовою для успішної діяльності, як самого службовця, так і

відповідного державного органу. Довіра до держави визначає рівень репутації публічних осіб, що впливає на формування їхнього іміджу.

Хоча і є суспільно сформованими уявленнями імідж і репутація, але відрізняються. А саме, імідж базується на власній оцінці, в той час коли репутація появляється внаслідок подій. Як фактор репутації, визнання може впливати з одноразових подій, але його ефективність вимагає передбачуваності та повторюваності.

Управління враженнями – це процес контролю вражень, які інші отримують від особи. Це пов'язано з «тактиками впливу» і включає спроби впливати на сприйняття інших для досягнення конкретних цілей, таких як підвищення рейтингів ефективності [6].

В процесі самореклами, самопрезентації як професіонала можна користуватися різноманітними інформаційно-комунікаційними інструментами, такими як:

- a) блоги, що включають окремі публікації у вигляді тексту, малюнків, зазвичай в хронологічному порядку;
- b) професійні мережеві портали, які дають можливість створювати професійний профіль в Інтернеті та ділитися досягненнями, розвиваючи ділову мережу;
- c) форуми для обговорення – зараз є одним з найпопулярніших методів обміну інформацією та думками;
- d) соціальні мережі, які пов'язують однодумців із схожими інтересами, що робить їх ефективним маркетинговим інструментом і зручним способом передачі конкретної інформації;
- e) інтерактивний контент – дозволяє особам рекламувати себе, розміщуючи відео та презентації;
- f) фотографічні платформи, для прикладу, Pinterest, Instagram;
- g) персональні веб-сайти, як постійний інформаційний ресурс про особу, її цілі, діяльність, досягнення, інтереси тощо [9].

Саме дані інструменти являються ключовими при формуванні особистого бренду завдяки їх ефективності у комунікації, але традиційні засоби, такі як листи, телефон, залишаються актуальними. Очевидно, ніщо не може замінити ефект особистого спілкування. Можна проілюструвати модель формування особистої репутації державного службовця, розглядаючи вищезазначене (рис. 2.1).

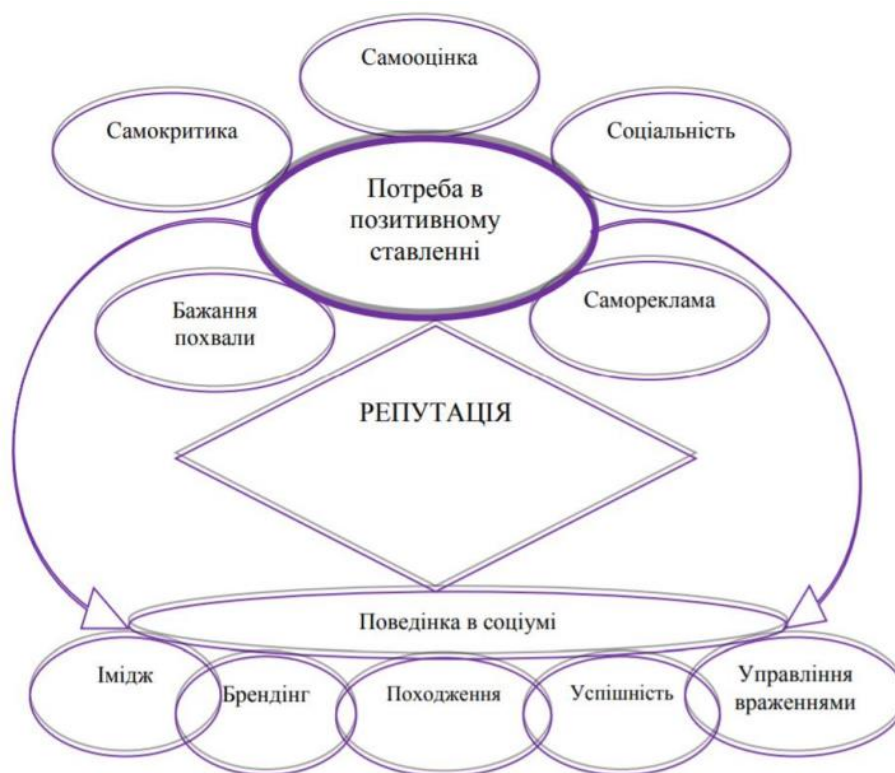


Рисунок 2.1 – Модель формування особистісної репутації

Джерело: складено за даними джерел [2, 11]

Репутація не обмежується лише позитивним відношенням; це сукупність оціночних суджень, які особа чи суб'єкт господарювання отримують від громадськості. У нашому розумінні розробка ефективного бренду має ґрунтуватися на наступних критеріях [21]:

Критерії ефективного особистого брендінгу:

- реальність – особистий бренд повинен базуватися на реальній особистості;
- моральність – врахування морально-етичних норм, формальних та неформальних правил, прийнятих в суспільстві;

- специфічність – концентрація на одній сфері спеціалізації;
- професіоналізм – сприймання особи як визнаного експерта та ефективного лідера;
- унікальність – бренд повинен мати свої власні особливості і відрізнятися від інших [21].

Напрями сучасної іміджевої стратегії державної служби включають розроблення яскравої ідейної концепції, яка враховуватиме інтереси всіх громадян України і спрямована на відродження національної гордості і високої культурної самооцінки. Також, активізація зусиль керівництва держави та владних інституцій у просуванні позитивного іміджу, використання всіх каналів комунікації (телебачення, радіо, преса, Інтернет-ресурси), формування «портрета керівника із стійким позитивним іміджем», створення позитивного образу державного службовця, що щоденно виконує функції держави та несе відповідальність за впровадження державної політики, наприклад, через створення художнього кіно-серіалу про будні державних службовців України.

Імідж дуже часто розглядається як загальне уявлення про будь-який об'єкт, включаючи дві компоненти: описову (інформаційну, оцінюючу) і цілісну складову, яка існує незалежно від будь-якої інформації про об'єкт (організацію, установу, людину, товар, послугу тощо) [20, с. 366].

Окрім формування привабливого образу інституту державної служби, важливо внести якісні зміни. Варто провести з даною метою ряд наступних заходів. А саме:

1. Обов'язково розробити та використовувати кодекс честі державного службовця, який буде регламентувати його поведінку у відносинах з колегами, фізичними і юридичними особами, зокрема представниками об'єднань громадян та окремими громадянами. Запропонований кодекс повинен рекомендуватися для всіх органів виконавчої влади та затверджуватися на відкритих зборах відповідних трудових колективів.

2. Посилити юридичну (кримінальну, адміністративну, дисциплінарну) відповідальність державних службовців за протиправні дії, порушення норм

законодавства, Кодексу державного службовця та моральних норм. Дуже важливо створити традиції і професійну культуру, які стимулюватимуть порушників морально-правових норм самостійно залишати державну службу. Також важливо мінімізувати прямі контакти державних службовців із користувачами їх послуг шляхом створення та налагодження ефективної роботи центрів надання адміністративних послуг.

3. Виключно на конкурсній основі призначати на посади державної служби, обов'язково враховувати результати тестування і співбесіди, з наданням переваги кандидату, котрий показав кращі результати.

4. Запровадити систему управління якістю в діяльність органів державної влади, що дасть право переорієнтувати їх діяльність на надання послуг громадянам та підприємствам, замість виключного служіння державі.

5. Використання електронного урядування активізувати.

6. У рівні заробітної плати на державній службі та оплати праці в приватному секторі треба позбавити нерівності, що зможе заохотити залучення висококваліфікованих фахівців на державну службу і запобігти відтоку професіоналів.

7. Надаючи можливість молодим службовцям отримати довгострокові кредити на будівництво чи придбання житла за мінімальними відсотковими ставками варто залучити талановиту молодь на державну службу.

8. Постійний моніторинг кадрових процесів і кадровий аудит у системі державної служби здійснювати.

9. За допомогою мотивованого підвищення кваліфікації та самоосвіти підвищувати систематично рівень професійної компетентності державних службовців.

10. Здійснювати щоденні конструктивні взаємодії з громадськістю, інформувати про діяльність, вказувати на позитивні результати, недоліки, проблеми та можливі шляхи їх вирішення через взаємодію з громадськістю;



11. У кожному закладі вищої освіти треба включити в освітні програми підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації державних службовців навчальні курси, лекції, тематичні зустрічі, тренінги з питань іміджології [12].

Кожен погодиться, що успішність будь-якої діяльності організації завжди залежало від керівника, від його здатності керувати підлеглими, вміння найефективніше використовувати все різноманіття управлінського ресурсу лідера. Однозначно, однією із його складових буде його імідж та репутація. Тому так необхідно удосконалювати імідж державного службовця новими знаннями та вміннями, розвивати різноманітні навички, дозволяти ефективно взаємодіяти з підлеглими.

Особливість іміджу та репутації державних службовців полягає в їх нерозривному зв'язку з комплексом, відомим як «імідж державної влади». Створення нового іміджу та репутації державних службовців має ґрунтуватися на принципі покращення особистих моральних якостей та професійних характеристик, важливих у сфері ділових відносин.

Щодо формування позитивного іміджу державної служби України першорядними факторами мають стати професіоналізм її представників та модель двосторонньої комунікації між владою та народом на основі чесності і відкритості. Доцільно використовувати різні засоби масової комунікації для досягнення даної мети.

Недостатня об'єктивність, емоційна насиченість та реалізм матеріалів, котрі висвітлюються в засобах масової інформації, не сприяють створенню позитивного іміджу державної служби. Висвітлення особливостей діяльності та аналіз, вирішення завдань та досягнення успіхів формують реалістичний образ державних службовців, зміцнюють їх авторитет та підвищують довіру до влади та держави. У умовах політичних та економічних реформ важливо забезпечити стабільну основу для конституційної єдності системи державної влади та сприяти подоланню суперечностей між застарілими уявленнями та сучасними вимогами до управління в українському суспільстві, тим самим формуючи

позитивний імідж не лише окремого державного службовця, але й державної служби взагалі [31].

Отже, з викладеного варто зробити висновок про те, що оцінка розвитку іміджу публічного службовця визначається комплексом факторів, котрі включають професіоналізм, етичність, специфічність і унікальність. Вдала стратегія формування позитивного іміджу вимагає підтримки з боку держави, врахування громадської думки та використання ефективних засобів масової комунікації. Ключовими чинниками є чесність, відкритість, високий професіоналізм та активна комунікація з громадськістю. Забезпечення високого стандарту моральності і стабільності в діяльності публічного службовця є серйозною передумовою позитивної репутації та впливає на імідж державної служби в цілому.

## РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ

### 3.1 Проблеми і перспективи розвитку іміджу державного службовця

В даний час управління в галузі публічної служби в Україні стоїть перед нагальними завданнями, які потребують кваліфікованих управлінців. Сучасні умови розвитку держави і суспільства вимагають від них вміння вирішувати складні та суперечливі проблеми, прогнозувати можливі наслідки та шукати нові шляхи їх вирішення. Оскільки публічна служба охоплює суспільні відносини, її складна система виявляється у взаємодії між публічними службовцями та державою, між ними та громадянським суспільством, а також між самими службовцями з урахуванням їх структурних та ієрархічних зв'язків. Професійна діяльність публічних службовців визначає їхню суспільну важливість, оскільки вони є представниками та носіями реальної влади, що впливає на реалізацію потреб та інтересів громадян.

Оцінка професійної діяльності державного службовця включає як суб'єктивні оцінки самими учасниками, так і загальну оцінку їхньої діяльності в суспільстві. Взаємодія громадян з конкретними чиновниками формує уявлення про державних службовців та їхній імідж в цілому, впливаючи на оцінку роботи державних органів влади та управління. Досвід особистий взаємодії громадян із службовцями визначає загальний уявлення про їхні моральні якості та визначає оцінку їхньої професійної діяльності в масовій свідомості.

Діяльність державного службовця включає в себе гармонізацію суспільних, групових та індивідуальних інтересів. Діяльність може бути розглянута як підвид управлінської роботи, котра об'єднує управління процесами в різних сферах життя і управління людьми. Оцінка ефективності діяльності державних службовців і управління країною взагалі прямо пов'язана

з рівнем довіри у відносинах між суспільством і владою, в якому велику роль відіграє імідж службовців, утверджений в суспільній свідомості.

На сьогодні в суспільстві склалася стійка негативна думка про державних службовців; вочевидь, існує конфлікт між їхнім іміджем і суб'єктивним уявленням про особистісні та професійні якості «ідеального» і «реального» чиновника. Головними рисами негативного стереотипу державних службовців є виваження про їхній бюрократизм, корупцію та хабарництво, нешанобливе ставлення до людей і бажання використовувати свою посаду в особистих інтересах. Щодо заходів формування позитивного іміджу представників з державної служби, можна виділити дві основні групи. Перша торкається підвищення ефективності роботи державних службовців за допомогою вдосконалення методів кадрової роботи. Друга пов'язана з розробкою і впровадженням строгих етичних норм для професійної діяльності державних службовців з метою дисциплінування їх, підвищення їхньої компетентності в складних ситуаціях, пов'язаних із виконанням службових обов'язків [40, с. 137].

Діяльність державного службовця включає в себе гармонізацію суспільних, групових та індивідуальних інтересів. Діяльність може бути розглянута як підвид управлінської роботи, котра об'єднує управління процесами в різних сферах життя і управління людьми. Оцінка ефективності діяльності державних службовців і управління країною взагалі прямо пов'язана з рівнем довіри у відносинах між суспільством і владою, в якому велику роль відіграє імідж службовців, утверджений в суспільній свідомості.

На сьогодні в суспільстві склалася стійка негативна думка про державних службовців; вочевидь, існує конфлікт між їхнім іміджем і суб'єктивним уявленням про особистісні та професійні якості «ідеального» і «реального» чиновника. Головними рисами негативного стереотипу державних службовців є виваження про їхній бюрократизм, корупцію та хабарництво, нешанобливе ставлення до людей і бажання використовувати свою посаду в особистих інтересах. Щодо заходів формування позитивного іміджу представників з

державної служби, можна виділити дві основні групи. Перша торкається підвищення ефективності роботи державних службовців за допомогою вдосконалення методів кадрової роботи. Друга пов'язана з розробкою і впровадженням строгих етичних норм для професійної діяльності державних службовців з метою дисциплінування їх, підвищення їхньої компетентності в складних ситуаціях, пов'язаних із виконанням службових обов'язків [48].

Проблеми і перспективи розвитку іміджу державного службовця відображують важливий аспект в контексті функціонування сучасного апарату управління. До основних проблем розвитку іміджу державного службовця ми можемо віднести:

- негативний стереотип – в суспільній свідомості часто існує негативне уявлення про державних службовців, пов'язане з бюрократією, корупцією, та неефективністю;

- довіра громадськості – державні службовці можуть стикатися з недостатньою довірою з боку громадськості, що ускладнює їхню роботу та взаємодію з громадою;

- кадрові проблеми – недостатній рівень кваліфікації та професійної підготовки, а також неефективна система управління персоналом можуть впливати на ефективність роботи державних службовців;

- відсутність мотивації – недостатня система стимулювання та мотивації може призводити до втрати ефективності та зниження ініціативи серед службовців.

Нижче пропонуємо розглянути основні на нашу думку, перспективи щодо розвитку іміджу державного службовця. До них віднесено:

- прозорість та відкритість – зміцнення системи відкритості та прозорості в управлінні може покращити сприйняття державних службовців громадськістю;

- створення ефективної системи навчання – розвиток програм та ініціатив для підвищення кваліфікації державних службовців може забезпечити їм необхідні навички та знання для ефективної роботи;

- модернізація системи стимулювання – вдосконалення системи мотивації та стимулювання може сприяти залученню висококваліфікованих кадрів та підтримці ефективності;

- іміджові кампанії та комунікації – розробка й впровадження іміджових кампаній та стратегій комунікацій може сприяти позитивному сприйняттю державних службовців громадськістю;

- розвиток етичних стандартів – встановлення та дотримання високих етичних стандартів може сприяти підвищенню довіри до державних службовців.

Загальна мета полягає в створенні сучасного, ефективного й довіреного іміджу державного службовця, що сприятиме покращенню якості управління та взаємодії з громадськістю. При формуванні позитивного іміджу рекомендується акцентувати увагу на об'єктивних досягненнях, які публічні службовці вже здійснили. Це виявляється більш ефективним заходом, ніж спроба повного усунення негативних оцінок стосовно чиновників. Зазначені заходи сприяють підвищенню зацікавленості громадян, їхньої кращої інформованості про особливості професійної діяльності державних службовців, а також збільшенню авторитету та довіри до влади в цілому.

Таким чином, із вищевикладеного слід зробити наступний висновок: проблеми іміджу державного службовця включають негативні стереотипи, недовіру громадськості, кадрові та мотиваційні проблеми. Для подолання цих труднощів можна зосередитися на прозорості в управлінні, системі навчання, модернізації стимулювання, іміджових кампаніях та розвитку етичних стандартів. Перспективи розвитку іміджу включають залучення сучасних комунікаційних стратегій, вдосконалення навчальних програм, створення системи мотивації та підвищення етичних стандартів. Дані заходи можуть покращити сприйняття державних службовців громадськістю та сприяти ефективному функціонуванню системи управління.

### 3.2 Заходи та рекомендації щодо підвищення іміджу державного службовця в органах міської ради

З метою покращення іміджу державного службовця в органах міської ради можна розглядати наступні заходи:

1. Розвиток професійної культури – впровадження системи навчання та тренінгів, спрямованих на підвищення професійних навичок та компетентності державних службовців.

2. Чесність та прозорість – визначення та публікація чітких принципів етичної поведінки та дотримання прозорих стандартів роботи, що сприяє побудові довіри громадськості.

3. Активна комунікація з громадськістю – організація зустрічей, відкритих дебатів, консультацій для покращення зв'язків та взаєморозуміння з місцевим населенням.

4. Використання засобів масової комунікації – активне використання соціальних мереж, власних веб-сайтів та інших каналів для інформування громадськості про діяльність та досягнення органів міської ради.

5. Створення внутрішньої системи мотивації – запровадження стимулюючих програм, які сприяють визнанню та винагородженню успішних державних службовців.

6. Участь у громадських ініціативах – активна участь у проектах і програмах, спрямованих на соціальні та культурні вдосконалення міста, з метою підвищення впливу та авторитету.

7. Підтримка інновацій – запровадження сучасних технологій та інновацій у роботу, що підвищить ефективність державного апарату та сприятиме створенню сучасного іміджу.

8. Гендерна рівність – забезпечення рівних можливостей для чоловіків і жінок в державній службі, що відобразить принципи справедливості та різноманітності.

Таким чином, з вищевикладеного варто підкреслити, що для підвищення іміджу державного службовця в органах міської ради необхідно впроваджувати ефективні заходи та рекомендації. Це включає в себе вдосконалення комунікаційної стратегії, активне взаємодію з громадськістю через відкритість та прозорість, підвищення рівня компетентності і професійної підготовки, впровадження механізмів стимулювання і мотивації, а також активну участь у соціальних іміджевих кампаніях. Дані заходи будуть сприяти покращенню сприйняття державних службовців та сприятимуть підвищенню рівня їхньої ефективності у вирішенні питань громадського значення.



## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження, нами було зроблено наступні висновки:

1. Проаналізовано сутність іміджу: поняття, функції, складові; виявлено основні чинники формування іміджу державного службовця. Імідж – це комплексне поняття, яке охоплює враження та уявлення про особу чи організацію. Важливість його розуміння полягає у визначенні та формуванні власного образу в громадськості. Функції іміджу включають представницьку, комунікаційну, мотиваційну, символічну, управлінську та адаптаційну. Складові іміджу визначаються зовнішніми та внутрішніми аспектами, які формують враження та створюють унікальний образ. У суспільстві імідж виступає не лише як засіб взаємодії, але й як ключовий елемент успішної соціалізації та досягнення професійних цілей.

2. Виявлено основні чинники формування іміджу державного службовця. Ключовими факторами у формуванні позитивного іміджу державної служби України повинні стати професіоналізм представників цієї служби та реалізація моделі взаємної комунікації між владою та народом на основі принципів чесності та відкритості.

3. Розглянуто принципи та методологію формування позитивного іміджу державного службовця. Принципи та методологія формування позитивного іміджу державного службовця визначаються низкою ключових принципів, що включають в себе прозорість та відкритість, етику та чесність, професіоналізм, активну комунікацію, соціальну відповідальність, індивідуальний та системний підходи. Дані принципи, взаємодіючи між собою, створюють цілісний підхід до позитивного формування іміджу державного службовця. Прозорість і відкритість забезпечують довіру громадян, етичні принципи та чесність визначають моральний фундамент, професіоналізм та постійна саморефлексія гарантують високу якість державної служби.

4. На підставі проведеного аналізу сучасного стану формування іміджу в Україні можна зазначити, що цей процес відіграє важливу роль в системі державних пріоритетів. Зростання впливу інформаційно-комунікаційних технологій і усвідомлення органами державної влади ключової ролі іміджевої політики підкреслюють важливість позитивного сприйняття центральних органів виконавчої влади як чинників ефективності державної політики та національного інтересу. Забезпечення позитивного іміджу владних структур в Україні стає невід'ємною частиною зміцнення довіри громадян до органів влади та впливового позиціонування на міжнародному рівні. Формування позитивного іміджу державного службовця займає ключове положення серед державних пріоритетів. Це обумовлено кількома об'єктивними причинами: в першу чергу, стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, котрі значно розширили можливості впливу державного апарату в іміджевому аспекті; вдруге, чітке усвідомлення органами державної влади важливої ролі, яку грає збалансована іміджева політика у забезпеченні ефективності державної політики та реалізації національного інтересу.

5. Державний службовець повинен усвідомлювати кінцеву мету, бачити шляхи до її досягнення і розуміти свій статус як висококваліфікованого спеціаліста, що отримав делеговані повноваження від держави та несе відповідальність за реалізацію завдань. Для цього важливо мати відповідний кар'єрний потенціал та працювати наполегливо, не зупиняючись наполовину шляху до успішної кар'єри.

6. Проблеми іміджу державного службовця включають негативні стереотипи, недовіру громадськості, кадрові та мотиваційні проблеми. Для подолання цих труднощів можна зосередитися на прозорості в управлінні, системі навчання, модернізації стимулювання, іміджевих кампаніях та розвитку етичних стандартів. Перспективи розвитку іміджу включають залучення сучасних комунікаційних стратегій, вдосконалення навчальних програм, створення системи мотивації та підвищення етичних стандартів. Дані заходи

можуть покращити сприйняття державних службовців громадськістю та сприяти ефективному функціонуванню системи управління.

7. Для підвищення іміджу державного службовця в органах міської ради необхідно впроваджувати ефективні заходи та рекомендації. Це включає в себе вдосконалення комунікаційної стратегії, активне взаємодію з громадськістю через відкритість та прозорість, підвищення рівня компетентності і професійної підготовки, впровадження механізмів стимулювання і мотивації, а також активну участь у соціальних іміджевих кампаніях. Дані заходи будуть сприяти покращенню сприйняття державних службовців та сприятимуть підвищенню рівня їхньої ефективності у вирішенні питань громадського значення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк, О. (2014). Сучасний стан стратегії просування бренда держави в Україні: Економіка та держава, 8. 64-67.
2. Артишкова, І. (2020). Застосування брендингу особистості для створення ділової репутації. Модернізація та наукові дослідження: парадигма інноваційного розвитку суспільства і технологій: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 24-25 січня 2020 р.). ГО «Інститут інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної інформатики НАН України. Київ: ГО «Інститут інноваційної освіти», 216.
3. Атаманська, К. (2012). Теоретичні аспекти поняття іміджу в наукових дослідженнях. Проблеми сучасної педагогічної освіти. Педагогіка і психологія, 37 (2). 28-32.
4. Атаманчук, Г. (2012). Про особливості професіоналізму в управлінні. Право та управління XXI століття, 2, 56-61.
5. Баєва, О. Ковальська, Н., Згалт-Лозинська, Л. (2007). Основи менеджменту: практикум: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури.
6. Балла, М. (1996). Англо-український словник (2 т.). К.Т: Освіта.
7. Барна, Н. (2007). Імеджологія: навчальний посібник. Київ: Університет «Україна».
8. Батанов, О. (2010). Муніципальна влада в Україні: проблеми теорії та практики: монографія. Київ: Видавництво «Юридична думка».
9. Берницька, Д., Кравчук, Н. Ділова репутація як стратегічний чинник розвитку підприємства. Відновлено з [www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/inek/2011\\_3/41.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2011_3/41.pdf)
10. Бобровник, А. (2016). Етика державного службовця. Відновлено з <http://dilegal.ua/etika-derzhanogosluzhbovcya/>
11. Бойчук, Л. (2011). Оновлені правила поведінки державних службовців. Довідково-інформаційні матеріали. ІФОЦППК, 5, 18-20.

12. Бліщук, К. (2010). Інструменти державного впливу на регіональний економічний розвиток. Демократичне врядування: науковий вісник. Відновлено з [http://www.lvivacademy.com/vidavnitstvo\\_1/visnik5/fail/+Blishchuk.pdf](http://www.lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/visnik5/fail/+Blishchuk.pdf)
13. Варна Н. В. Іміджелогія: навчальний посібник для дистанційного навчання. Київ: Ун-т «Україна», 2007. 217 с.
14. Вербицька Г. Міжнародний імідж України: проблеми та шляхи формування. Відновлено з [http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1\\_1/knukim\\_zbirka\\_170x265mm\\_CMYK\\_part2\\_print.pdf](http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_1/knukim_zbirka_170x265mm_CMYK_part2_print.pdf)
15. Верех, С. Етика поведінки державних службовців: стан, проблеми і шляхи їх вирішення. Відновлено з <http://kds.org.ua/blog/etika-povedinki-derzhavnih-sluzhbovtsiv-stanproblemi-i-shlyahi-ih-virishennya>
16. Войтович, Р. (2007). Вплив глобалізації на систему державного управління (теоретико-методологічний аналіз). Київ: Видавництво НАДУ.
17. Вплив засобів масової інформації на формування іміджу державного службовця. Відновлено з <http://www.pag-journal.iei.od.ua/archives/2019/14-2019/22.pdf>
18. Галіцина, Л., Коба, О. (2017). Хочу бути успішним керівником. Київ: Шкільний світ.
19. Гаман, Т., Андрійчук, О. (2011). Роль і значення зв'язків з громадськістю у формуванні позитивного іміджу органів державної влади. Університетські наукові записки, 4 (40), 400-415.
20. Гаман, Т. (2009). Роль морально-етичних норм і професіоналізму державних службовців у сучасних умовах. Університетські наукові записки, 1 (29), 366-370.
21. Ганущак-Єфіменко, Л. (2011). Моделювання організації взаємодії учасників процесу управління інноваційним розвитком підприємства. Актуальні проблеми економіки, 1 (17), 90-100.

22. Гудзь, Є. (2006). Авторитет як основне поняття соціальних дисциплін. Київ: Центр духовної культури, с. 57. Відновлено з [www.filosof.com.ua](http://www.filosof.com.ua)
23. Гринько, Т. (2010). Щодо інноваційного потенціалу як складової інноваційної активності підприємств, 2, 56 -58.
24. Загороднюк, С. & Акімов, О. (2013). Компетенції державного службовця як основа психологічної готовності до професійної діяльності у євро-інтеграційних умовах. Ефективність державного управління: збірник наукових праць ЛРІДУ НАДУ, 36, 283-286.
25. Западинчук, О. (2012). Формування іміджу державної служби в умовах розвитку інформаційного суспільства: Державне управління та місцеве самоврядування, 3 (14), 239-247.
26. Карамушка, Л. (1996). Створення іміджу навчального закладу як важливий напрямок менеджменту освіти. Управління сучасними навчально-виховними закладами в системі освіти: Матеріали міжрег. наук.-практ. конф. Запоріжжя.
27. Лаврентій, А. (2019). Імідж як предмет наукового аналізу. Вісник НАДУ. Серія «Державне управління, 3, 30-38.
28. Ларіна, Н. (2013). Імідж як комунікативна основа позиціонування влади: Вісник державної служби України, 2, 20-23.
29. Мазник, Л. (2017). Процес утворення іміджу сучасного керівника і його психологічні функції. Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій, 23, 29-34.
30. Маценко, В. (2015). Технологія іміджу. Київ: Главник.
31. Нижник, Н., Мосов, С. (2014). Державне управління в Україні: функція координування. Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. Відновлено з [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizvru\\_2014\\_6\\_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizvru_2014_6_24)
32. Нуреева, О. (2007). Вдалих імідж як запорука професійного успіху, 7 (83), 33-36.
33. Палеха, Ю. (2015). Іміджологія: навчальний посібник. Київ: Видавництво Європ. у-ту.

34. Пантелейчук, І. (2011). Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Альтерпрес.
35. Пенькова, О. (2012). Проблема іміджу: соціокультурна і психолого-педагогічні аспекти, 6, 47-48.
36. Поліщук, О. Імідж держави на міжнародній арені: інформаційний аспект. Відновлено з <http://naub.org.ua/?p=1204>.
37. Размолодчикова, І. (2009). Основи іміджології. Кривий Ріг: КДПУ.
38. Роль і місце іміджу керівника в ефективному управлінні сучасної організації. Відновлено з [file:///C:/Users/%D0%A1%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA/Downloads/se\\_2016\\_2\\_26.pdf](file:///C:/Users/%D0%A1%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA/Downloads/se_2016_2_26.pdf) 3
39. Серьогін, С. (2019). Формування позитивного іміджу органів влади через підвищення якості надання адміністративних та соціальних послуг: наук.
40. Сімеоніді, І. (2010). Формування іміджу державної служби: Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології: збірник наукових праць. Херсон, 1-2, 136-146.
41. Скрипаченко, Т. (2001). Соціально-психологічний імідж сучасного керівника: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук: спец. 19.00.05 «Соціальна психологія». Київ.
42. Солових, Є. (2015). Складові іміджу органу місцевого самоврядування: загальна характеристика. Сучасне суспільство, 2015, 2 (1), 160-169.
43. Соціологічне опитування Центру Разумкова: чи підтримуєте Ви діяльність органів місцевого самоврядування? (1-2 березня 2013). Відновлено з [http://razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll\\_id=174](http://razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=174).
44. Сурмін, Ю., Бакуменко В., Михненко А. (2010). Енциклопедичний словник з державного управління. Київ: НАДУ.
45. Фадеева, М. Технологія формування позитивного іміджу. Відновлено з <http://vuzlib.com/content/view/1044/>

46. Чебикін, О. & Ковальова, О. (2017). Психологічні особливості формування основ професійного іміджу.
47. Щербак, Є., & Козир, Ю. (2016). Ідеальний імідж кандидата на посаду сумського міського голови. PhD Thesis. Сумський державний університет.
48. Хомуленко, Т. (2005). Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу. Х. : ВД «ІНЖЕК».