

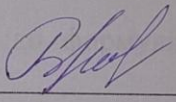
Міністерство освіти і науки України
Криворізький національний університет
Факультет економіки та управління бізнесом
Кафедра обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування

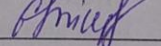
ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

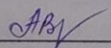
до кваліфікаційної (бакалаврської) роботи

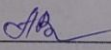
зі спеціальності 281 – Публічне управління та адміністрування

Тема роботи: «Комплексний підхід до формування позитивного
іміджу органу публічної влади»

Виконав: студент групи ЗПУА-20-1  / Божок О.Ю. /

Керівник випускної роботи  / д.е.н., доцент Міщук С.В. /

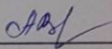
Нормоконтролер  / к.е.н., доцент Адамовська В.С. /

Завідувач кафедри  / к.е.н, доцент Адамовська В.С. /

Кривий Ріг
2024 р.

Криворізький національний університет
Факультет економіки та управління бізнесом
Кафедра обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування
Перший (бакалаврський) рівень
Галузь знань 28 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 281 – Публічне управління та адміністрування

ЗАТВЕРДЖУЮ
Зав.кафедри ООПУА
Канд. екон. наук, доц. Адамовська В.С.


« 22 » 02 2024р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну (бакалаврську) роботу здобувачу вищої освіти

Божок Ользі Юрїївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Комплексний підхід до формування позитивного іміджу органу публічної влади»
керівник роботи: Міщук Є.В., д.е.н., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджено наказом по КНУ від «22» лютого 2024 року № 173с
2. Строк подання студентом роботи: « 10 » червня 2024 р.
3. Вихідні дані до роботи: наукова та періодична література з питань формування позитивного іміджу органу публічної влади, відповідні нормативно-правові акти, офіційний сайт Дніпропетровської обласної державної адміністрації.
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити:
 1. Теоретичні основи формування позитивного іміджу органу публічної влади.
 2. Практичні засади формування позитивного іміджу органу публічної влади на основі комплексного підходу.

5. Перелік графічного матеріалу:

рис. 1.1 – Складові елементи, імітаж; рис. 1.3 – Базові характеристики теми імітаційного сценарію ОМС; рис. 1.5 – Механізми формування імітаційного керівництва публічної служби; рис. 2.1 – Складові елементи імітаційного керівництва імітаційного сценарію публічної служби; рис. 2.2 – Кваліфікаційні вимоги до формування імітаційного сценарію публічної служби

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Міщук Є.В., к.е.н., доцент	<i>Є.В. Міщук</i> 26.04	<i>Є.В. Міщук</i> 10.05
Розділ 2	Міщук Є.В., к.е.н., доцент	<i>Є.В. Міщук</i> 12.05	<i>Є.В. Міщук</i> 24.05

7. Календарний план:

№ з/п	Етапи роботи	Термін виконання	Позначка про виконання
1	Співбесіда зі здобувачем вищої освіти за тематикою роботи, видача переліку рекомендованої нормативної, інструктивної бази та учбової літератури	22.02.2024	виконано
2	Збір матеріалів до кваліфікаційної (бакалаврської) роботи	23.02-10.05.24	виконано
3	Групування та аналіз зібраного матеріалу, уточнення завдань кваліфікаційної (магістерської) роботи	15.04-25.04.2024	виконано
4	Підготовка I розділу кваліфікаційної (бакалаврської) роботи та подання його керівнику	26.04-10.05.2024	виконано
5	Підготовка II розділу кваліфікаційної (бакалаврської) роботи та подання його керівнику	12.05-24.05.2024	виконано
6	Підготовка вступної частини	01.06.2024	виконано
7	Перевірка роботи керівником та доопрацювання роботи	02.06-10.06.2024	виконано
8	Отримання відгуку керівника	11.06.2024	виконано
9	Попередній захист роботи	07.06.2024	виконано
10	Захист роботи в ЕК		

Дата видачі завдання «22» лютого 2024 р.

Студент

Божок О.Ю.
(підпис)

Божок О.Ю.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

Є.В. Міщук

Міщук Є.В.

ЗАВДАННЯ НА РОБОТУ	2
РЕФЕРАТ	5
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ	6
ВСТУП	7
1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНУ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ	11
1.1 Сутність та характеристика іміджу органу публічної влади	11
1.2 Сучасні механізми формування іміджу органу публічної влади	24
1.3 Аналіз нормативно-правових актів, які регулюють питання формування іміджу органу публічної влади	30
2. ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНУ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ НА ОСНОВІ КОМПЛЕКСНОГО ПІДХОДУ	38
2.1 Характеристика Управління персоналу апарату Дніпропетровської обласної державної адміністрації	38
2.2 Проблеми формування іміджу органу публічної влади	44
2.3 Пропозиції щодо формування іміджу органу публічної влади на основі комплексного підходу	65
ВИСНОВКИ	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79
ДОДАТКИ	84

РЕФЕРАТ

ВР: 78 сторінок, 11 таблиць, 9 рисунків, 42 джерела, 5 дод.

Об'єктом роботи являється процес формування позитивного іміджу органу публічної влади на основі комплексного підходу.

Предметом роботи являється сукупність теоретичних і практичних аспектів формування позитивного іміджу органу публічної влади.

Мета роботи полягає у наданні пропозицій щодо формування позитивного іміджу органу публічної влади на основі комплексного підходу.

Завдання роботи:

- визначити сутність та характеристику іміджу органу публічної влади;
- систематизувати сучасні механізми формування іміджу органу публічної влади;
- проаналізувати нормативно-правові акти, які регулюють питання формування іміджу органу публічної влади;
- надати характеристику Управління персоналу апарату Дніпропетровської обласної державної адміністрації;
- виявити проблеми формування іміджу органу публічної влади;
- надати пропозиції щодо формування іміджу органу публічної влади на основі комплексного підходу.

Результати дослідження: удосконалено комплексний підхід до формування іміджу органу ПВ, який рівнозначно підходить як для досліджуваної ДОДА, так і інших організацій. Його підґрунтям є такі складники: концептуальний, структурно-функціональний, інструментально-технологічний та результативно-оцінювальний. Застосування цих складників дозволило представити комплексний підхід як інтеграцію механізмів (ціннісно-мотиваційного, організаційного, нормативного і контрольного, а також імідж-аудиту) та технологій, технік і інструментів.

ІМІДЖ, МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ, ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ, ОРГАН ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ, КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ,
СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

1. в.п. – відсоткові пункти
2. ДОДА – Дніпропетровська обласна державна адміністрація
3. ЗМІ – засоби масової інформації
4. ЗУ – Закон України
5. ПВ – публічна влада
6. ПК - Податковий кодекс України
7. КУ – Конституції України
8. ОМС – орган місцевого самоврядування
9. ТГ – територіальні громади
10. тис. грн. – тисячі гривень

ВСТУП

Актуальність проблематики формування іміджу органу публічної влади обумовлена сучасними тенденціями розвитку суспільства, зростанням ролі інформаційних технологій і зміною комунікаційних підходів у взаємодії між державою та громадянами. Імідж органу публічної влади має важливе значення для підвищення довіри населення до державних інституцій, зміцнення легітимності влади та забезпечення ефективної реалізації державної політики.

Сучасне суспільство характеризується високим рівнем інформаційної насиченості, де будь-яка інформація може швидко поширюватися завдяки медіа та соціальним мережам. У такому середовищі формування позитивного іміджу органу публічної влади стає важливою складовою успішної діяльності державних установ. Імідж відображає загальне уявлення громадськості про орган влади, його компетентність, надійність, відкритість та здатність вирішувати актуальні проблеми. Позитивний імідж сприяє створенню довірчих відносин між владою і громадянами, що є основою стабільного і ефективного функціонування держави.

Формування іміджу органу публічної влади є складним процесом, що включає різні аспекти: комунікаційну політику, прозорість діяльності, відповідальність перед громадянами, професіоналізм працівників, соціальну відповідальність та інші. Одним із ключових факторів є комунікація, оскільки ефективне інформування населення про діяльність органу влади, його досягнення та плани сприяє формуванню позитивного сприйняття. Важливим аспектом є також прозорість діяльності, яка передбачає відкритий доступ до інформації про роботу органу влади, звітність про виконання програм і проєктів, а також залучення громадськості до процесу прийняття рішень.

В умовах зростаючої зацікавленості щодо питань етики і соціальної відповідальності, державні органи повинні демонструвати високі стандарти поведінки і відповідальне ставлення до суспільства. Це включає реалізацію

соціально значущих проєктів, підтримку ініціатив громадянського суспільства, екологічну відповідальність та інші аспекти, що формують позитивний імідж.

Крім того, професіоналізм і компетентність працівників органу публічної влади мають вирішальне значення для формування його іміджу. Висококваліфіковані фахівці, які здатні ефективно вирішувати завдання і відповідати на виклики часу, викликають повагу і довіру громадян. Важливо також, щоб працівники володіли навичками комунікації і були відкритими для діалогу з громадянами, що сприяє створенню позитивного іміджу.

Актуальність теми також обумовлена глобальними тенденціями, зокрема процесами європейської інтеграції, які передбачають підвищення вимог до прозорості і підзвітності органів влади. Впровадження європейських стандартів в діяльність державних установ сприяє підвищенню їх авторитету і довіри з боку громадян.

Дослідження питань формування іміджу органу публічної влади має важливе значення для вдосконалення управлінських процесів, розробки стратегій комунікації та підвищення ефективності взаємодії між державою і суспільством. Наукове осмислення цього процесу дозволяє виявити ключові чинники, що впливають на імідж, розробити методи і підходи для його покращення, а також визначити найкращі практики, які можуть бути застосовані на різних рівнях державного управління.

В умовах сучасного світу, де інформація є важливим ресурсом, а довіра до органів влади є критичним фактором стабільності та розвитку суспільства, формування позитивного іміджу органу публічної влади набуває особливої значущості. Це потребує системного підходу, залучення фахівців з різних сфер, таких як комунікації, психологія, соціологія, управління, що дозволяє створити цілісну і ефективну стратегію формування іміджу.

Об'єктом роботи являється процес формування позитивного іміджу органу публічної влади на основі комплексного підходу.

Предметом роботи являється сукупність теоретичних і практичних аспектів формування позитивного іміджу органу публічної влади.

Мета роботи полягає у наданні пропозицій щодо формування позитивного іміджу органу публічної влади на основі комплексного підходу.

Завдання роботи:

- визначити сутність та характеристику іміджу органу публічної влади;
- систематизувати сучасні механізми формування іміджу органу публічної влади;
- проаналізувати нормативно-правові акти, які регулюють питання формування іміджу органу публічної влади;
- надати характеристику Управління персоналу апарату Дніпропетровської обласної державної адміністрації;
- виявити проблеми формування іміджу органу публічної влади;
- надати пропозиції щодо формування іміджу органу публічної влади на основі комплексного підходу.

Результати роботи апробовані на Всеукраїнській студентській конференції, що відображено в списку використаних джерел [42].

1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНУ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

1.1. Сутність та характеристика іміджу органу публічної влади

Поняття імідж використовується в різних сферах і залежно від цього приймає різні значення. У табл. 1.1 представлено лише окремі із них.

Таблиця 1.1 – Окремі визначення поняття «імідж» у його загальному розумінні

№ з/п	Варіанти дефініції «імідж»
1	Імідж - це сукупність вражень, уявлень і асоціацій, які викликає певна особа, організація або продукт у свідомості людей.
2	Імідж - це зовнішній вигляд та манера поведінки, що формують сприйняття особи або компанії в очах інших.
3	Імідж - це стратегічно сформоване і підтримуване представлення про об'єкт, яке сприяє досягненню певних цілей, таких як популярність або довіра.
4	Імідж - це візуальний і вербальний образ, який створюється за допомогою символів, слів, кольорів та інших засобів комунікації.
5	Імідж - це результат свідомого або несвідомого самовираження, що впливає на те, як об'єкт сприймається іншими людьми.
6	Імідж - це комплекс характеристик, які формують позитивне або негативне сприйняття у свідомості цільової аудиторії.
7	Імідж - це узагальнений образ, що складається з зовнішніх і внутрішніх факторів, таких як стиль, цінності та репутація.
8	Імідж - це специфічний образ, створений для виділення об'єкта серед інших та надання йому унікальності.
9	Імідж - це відображення реальних або уявних якостей, що формують сприйняття і ставлення до об'єкта.
10	Імідж - це результат маркетингових і комунікаційних стратегій, що спрямовані на формування бажаного сприйняття цільовою аудиторією.

Джерело: систематизовано за даними [1; 2; 19-28]

Наведене різноманіття термінів не є вичерпним. Усю сукупність понять «імідж» можна систематизувати у підходи так, як представлено в табл. 1.2.

На відміну від представлених у табл. 1.2 підходів загального розуміння поняття «імідж», трактування у контексті дослідження відрізнятимуться. Так, можна згрупувати наявні визначення у межах соціологічного, комунікаційного, психологічного, політологічного та маркетингового підходів [3; 20 – 26]:

– соціологічне визначення: імідж органу публічної влади (далі – ПВ) є результатом соціальних уявлень, які формуються у громадськості на основі інформації про діяльність цього органу, його представників та політики. Він відображає сприйняття ефективності, відкритості та відповідальності владного органу в суспільній свідомості [6];

Таблиця 1.2 – Підходи до розуміння дефініції «імідж»

Підхід	Трактування
Філософський	Універсальна категорія соціального пізнання, завдяки якій формується сучасна ціннісна система та індивідуальна картина світу індивіда
Політологічний	Ореол, створюваний навколо конкретної особи з метою її популяризації та здійснення психологічного впливу на громадську думку. Політик виступає в ролі символу, що полегшує його ідентифікацію електоратом
Соціологічний	Імідж є інструментом соціальної стратифікації і виражає прагнення людини до соціальної самоідентифікації та адаптації. Основою для іміджу є стереотипи в суспільстві
Економічний	Репутація, образ, що зумовлює зміни економічних характеристик носія іміджу. Імідж є інструментом стратегічного управління
Психологічний	Образ, що з'являється завдяки соціальному пізнанню, є знаком, символом, що впливає на сфери свідомого і підсвідомого в людині

Джерело: [1 – 4]

– комунікаційне визначення: імідж органу ПВ формується через його комунікативні стратегії та практики, включаючи публічні виступи, взаємодію зі ЗМІ та соціальними мережами. Це систематично створюваний образ, що передає ключові цінності, місію та цілі органу, спрямовані на підтримку довіри та легітимності серед громадськості [4; 7];

– психологічне визначення: імідж органу ПВ - це психічна модель, яка формується у свідомості індивідів на основі їхнього досвіду, вражень та інформації про діяльність цього органу. Він включає емоційні, когнітивні та поведінкові компоненти, що впливають на ставлення громадян до влади [6];

– політологічне визначення: імідж органу ПВ є сукупністю символічних значень та асоціацій, які пов'язуються з цим органом у політичному дискурсі [9];

12]. Він відображає громадську оцінку політичної легітимності, компетентності та надійності органу в контексті державного управління та прийняття рішень;

– маркетингове визначення: імідж органу ПВ може бути розглянутий як бренд, що формується шляхом цілеспрямованих комунікаційних та PR-кампаній. Це стратегічно побудований образ, який має підвищити впізнаваність та позитивне ставлення до органу серед цільових аудиторій, забезпечуючи підтримку та довіру з боку громадян [22].

Імідж є багатовимірним та комплексним явищем, яке відіграє важливу роль в комунікаціях, маркетингу, політиці та інших сферах. Наукова дефініція цього поняття охоплює кілька ключових складників, що допомагають розкрити його сутність і функціональні характеристики (рис. 1.1).

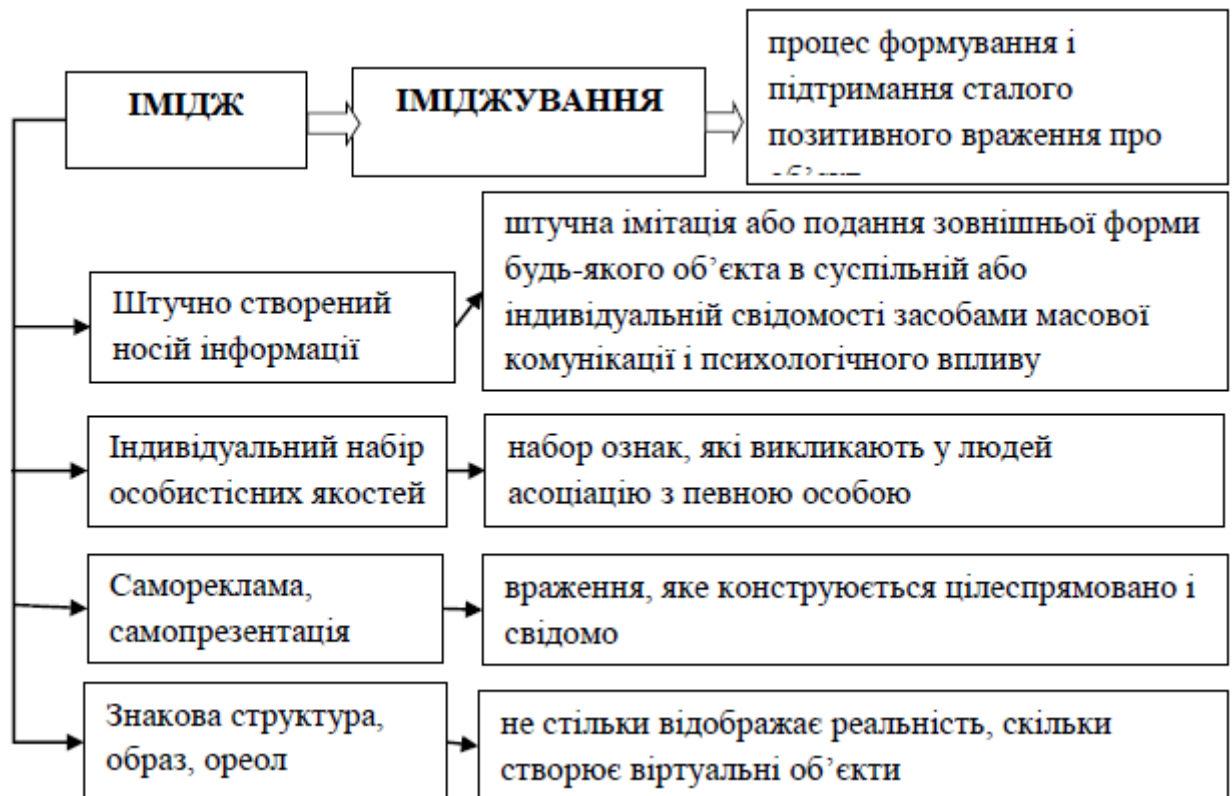


Рис. 1.1 – Складники дефініції «імідж» [5; 12]

Одним із основних складників іміджу є сприйняття, яке формується у свідомості індивідів або груп на основі доступної інформації. Це сприйняття може бути результатом як раціонального осмислення фактів, так і емоційної реакції на ті чи інші стимули. Сприйняття, в свою чергу, залежить від

численних факторів, таких як попередній досвід, культурні особливості, соціальні стереотипи та особистісні характеристики. Воно є суб'єктивним і може варіюватися серед різних індивідів чи соціальних груп, що робить імідж надзвичайно пластичним та динамічним явищем [7].

Іншим важливим елементом іміджу є символічні аспекти, які включають в себе знакові та символічні системи, через які передається інформація. Імідж часто оперує візуальними, вербальними та невербальними символами, які мають здатність викликати певні асоціації та емоції. Наприклад, логотип компанії, кольорова гама бренду, стиль одягу політика чи архітектура будівлі можуть слугувати символами, що допомагають формувати певне сприйняття у аудиторії. Символічні аспекти іміджу тісно пов'язані з культурними кодами та можуть мати різні значення у різних культурних контекстах [7; 9].

Комунікація є ще одним фундаментальним складником іміджу, оскільки саме через процес комунікації відбувається передача інформації та формування сприйняття. Імідж створюється, підтримується та змінюється за допомогою різноманітних комунікативних каналів та засобів. До них належать медіа, реклама, публічні виступи, соціальні мережі та інші засоби масової інформації. Ефективність комунікації значною мірою залежить від того, наскільки добре вона відповідає очікуванням та потребам цільової аудиторії, а також від рівня довіри до джерела інформації [10; 12].

Емоційний компонент є невід'ємною частиною іміджу, адже саме емоції часто визначають ставлення до об'єкта іміджу. Емоційна реакція може бути як позитивною, так і негативною, і залежить від багатьох чинників, включаючи особистісні вподобання та цінності. Імідж, який викликає позитивні емоції, здатний сприяти лояльності, підвищенню рівня довіри та симпатії, тоді як негативні емоції можуть призвести до відторгнення чи критики [5; 11].

Інформаційна основа іміджу включає дані та знання, на яких базується сприйняття. Це можуть бути фактичні дані, статистика, дослідження, а також суб'єктивні свідчення, чутки, припущення. Якість та достовірність інформації відіграють ключову роль у формуванні обґрунтованого та стійкого іміджу. З

огляду на сучасний інформаційний простір, важливо враховувати як офіційні джерела, так і альтернативні, зокрема соціальні медіа та громадську думку [8].

Контекстуальні фактори також значною мірою впливають на формування іміджу. Це включає соціально-економічний, політичний, культурний та історичний контексти, в яких існує об'єкт іміджу. Наприклад, імідж компанії у країні з високим рівнем екологічної свідомості може сильно залежати від її екологічної політики та практик, тоді як в іншій країні ці фактори можуть мати менше значення [4; 6].

Стратегічне управління іміджем передбачає активне й свідоме формування та підтримку бажаного сприйняття у цільовій аудиторії, що може включати розробку комунікативних стратегій, бренд-менеджмент, PR-кампанії та інші заходи, спрямовані на створення позитивного іміджу. Ефективне управління іміджем вимагає глибокого розуміння цільової аудиторії, її потреб та очікувань, а також вміння адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі [22; 26].

Важливо відмітити, що часто поняття «імідж» ототожнюють з поняттям «репутація». Однак вони мають відмінності. Так, імідж відноситься до суб'єктивного сприйняття індивідуума або організації, що формується на основі зовнішніх ознак та представлення у медіа і громадській свідомості. Це штучно створений образ, який може бути свідомо розробленим для певних цілей, таких як привернення уваги або зміцнення позицій на ринку. Водночас репутація є об'єктивнішим відображенням реальної діяльності і поведінки суб'єкта протягом тривалого часу. Вона формується на основі реальних дій, досягнень та досвіду взаємодії з різними стейкхолдерами. Окрім цього, імідж є динамічним і може швидко змінюватися в залежності від маркетингових кампаній, медіа-активності або змін у позиціонуванні бренду. Репутація, навпаки, змінюється повільніше, оскільки залежить від довгострокових спостережень і оцінок з боку суспільства та професійної спільноти. Ще однією відмінністю є те, що імідж часто акцентується на візуальних та комунікаційних аспектах, таких як логотип, слоган, рекламні матеріали, тоді як репутація

більшою мірою пов'язана з етичними, соціальними та професійними стандартами, які підтримує організація [4; 7 – 9; 13].

Імідж, зазвичай, формується за допомогою цілеспрямованих комунікаційних стратегій, включаючи піар-кампанії, соціальні мережі та медіа. Репутація, в свою чергу, базується на реальних відгуках, рекомендаціях, публічних звітах і незалежних оцінках. Імідж може бути більш керованим і прогнозованим, оскільки організації можуть активно впливати на своє сприйняття через різні канали комунікації. Репутація менш піддається прямому контролю, оскільки залежить від зовнішньої оцінки і потребує часу для свого формування та зміцнення. Крім того, імідж може мати короткострокові цілі, такі як збільшення продажів або залучення нових клієнтів у певний момент часу, тоді як репутація спрямована на довгострокове зміцнення довіри та лояльності. Тому для підтримки позитивного іміджу можуть використовуватися тимчасові заходи, тоді як для підтримки репутації необхідні постійні, систематичні дії та зусилля [7 – 9]. Компоненти особистої репутації представлені на рис. 1.2.

Отже, особливістю розуміння поняття «репутація» є те, що імідж вважають її складником.

Окрім того, якщо розглядати імідж по відношенню до різних суб'єктів, то матимуть місце специфічні риси, притаманні обраному суб'єкту. Зокрема, імідж державного службовця є складним феноменом, який включає в себе низку аспектів, що формують сприйняття суспільством представників державного апарату. Важливим елементом цього іміджу є професійна компетентність, що визначається рівнем знань, умінь та навичок, необхідних для виконання службових обов'язків. Компетентність державного службовця забезпечує ефективність виконання завдань та прийняття обґрунтованих рішень, що сприяє зміцненню довіри громадян до державних інституцій. Значну роль у формуванні іміджу відіграють етичні стандарти, яких дотримується службовець. Високий рівень моральних принципів, чесність, відповідальність і прозорість у діяльності створюють позитивне враження про

державного службовця як про надійну та доброчесну особу [1].



Рис. 1.2 – Компоненти особистої репутації [7 – 9]

Етичні якості сприяють формуванню довготривалих і стабільних відносин між державою і суспільством. Особисті якості державного службовця, такі як комунікативні здібності, вміння працювати в команді, лідерські якості та стресостійкість, також мають вагоме значення для іміджу. Ці характеристики дозволяють ефективно взаємодіяти з колегами та громадянами, що підвищує загальну ефективність роботи державних установ і покращує їхній авторитет в очах суспільства. Зовнішній вигляд і манера поведінки службовця впливають на перше враження і загальне сприйняття його особистості. Офіційний стиль одягу, охайність, ввічливість і культура спілкування є невід’ємними складовими позитивного іміджу. Вони демонструють повагу до громадян та серйозне ставлення до своїх обов’язків. Крім того, значущим аспектом є

здатність державного службовця до інновацій та адаптації до змін. В умовах швидкого розвитку суспільства і технологій, вміння впроваджувати нові підходи та методи роботи забезпечує актуальність і сучасність державних послуг [1] (рис. 1.3).



Рис. 1.3 – Базові характеристики іміджу службовця ОМС [1, с.244]

Класифікаційні ознаки іміджу можна розглядати через різні призми: за рівнем суб'єктності, за змістом і за формою [2 – 7]. За рівнем суб'єктності імідж поділяється на індивідуальний і колективний. Індивідуальний імідж стосується окремої особистості і включає в себе характеристики, які відображають її індивідуальні риси, поведінку, манери, стиль спілкування, а також суспільну репутацію. Колективний імідж, натомість, стосується групи людей або організації і відображає сприйняття цієї групи або організації в очах суспільства. Це може бути імідж компанії, політичної партії, громадської організації тощо [2; 4]. За змістом імідж поділяється на внутрішній та зовнішній. Внутрішній імідж формується всередині самої особистості або організації і включає в себе самосприйняття, внутрішню культуру, цінності та місію. Зовнішній імідж, навпаки, формується на основі сприйняття зовнішнього

середовища і залежить від того, як індивід чи організація представляють себе у суспільстві через засоби масової інформації, рекламу, публічні виступи та інші канали комунікації [3; 5]. За формою імідж поділяється на візуальний, вербальний та поведінковий. Візуальний імідж включає зовнішній вигляд, стиль одягу, використання символів та знаків, які асоціюються з певними якостями або статусом. Вербальний імідж відображає манеру спілкування, використання мовних засобів, тональність і зміст висловлювань. Поведінковий імідж формується через дії та вчинки, які відображають цінності та переконання особистості або організації [3]. Імідж також можна розглядати з точки зору динаміки: він може бути статичним або динамічним. Статичний імідж є відносно незмінним і довготривалим, тоді як динамічний імідж змінюється під впливом часу, обставин та нових інформаційних потоків. Динамічний імідж є більш гнучким і може швидко адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та внутрішніх потребах суб'єкта іміджу [13].

Класифікація іміджу за ознакою функціональності наведена в дод. А.

Достатньо цікавою являється класифікація іміджу за ознакою сприйняття (табл.1.3).

Таблиця 1.3 – Класифікація іміджу за ознакою сприйняття

<i>За сприйняттям</i>		
<u>Позитивний</u>	<u>Негативний</u>	<u>Нечіткий</u>
Імідж, який викликає повагу, симпатію, соціальне схвалення та позитивні емоції.	Заснований на негативних асоціаціях, установках та емоціях - ворожості, зневазі тощо. Найчастіше створюється конкурентами або суперниками.	Виникає у випадку, коли ставлення до конкретної людини є неоднаковим: одна соціальна група ставиться і відгукується позитивно, інша ж, навпаки, зневажає особу і відмовляється мати з нею справу.

Джерело: [2]

Таким чином, узагальнені класифікаційні ознаки щодо поняття імідж можна згрупувати так, як показано в табл. 1.4.

Таблиця 1.4 – Узагальнені класифікаційні ознаки щодо поняття імідж

Класифікаційна ознака	Види іміджу
За спрямованістю проявів	Зовнішній, який орієнтований на партнерів, клієнтів, споживачів тощо. Внутрішній, що проявляється у враженнях аудиторії про роботу працівників організації та взаємовідносини між ними.
За емоційним спрямуванням	Позитивний або негативний, у яких відображається ставлення аудиторії до організації, її діяльності, товарів та послуг, які вона пропонує
За ступенем раціональності сприйняття	Когнітивний, де відображається суто теоретична інформація. Емоційний – орієнтований на широку аудиторію. У даному випадку використовуються факти, які здатні впливати на емоції, а не на розум
За змістом	Політичний, соціальний, імідж керівника і його команди, імідж території, ідеї, проекту
За функціональним спрямуванням	Дзеркальний – носить суб'єктивний характер, не враховує думку зі сторони, дзеркально відображає реальні факти й поведінку людини, організації. Поточний – при створенні іміджу враховуються всі можливі характеристики, за якими цільова аудиторія здатна позитивно сприймати людину й організацію. Бажаний – створення іміджу з урахуванням прагнень до ідеалу, тобто того, як бажає себе бачити в суспільстві організація чи людина. Корпоративний – імідж організації в цілому, а не конкретних її підрозділів чи особистостей. Множинний – сумарний імідж організацій, які пов'язані господарською діяльністю чи входять до однієї сфери господарювання

Джерело: [5, с.94]

Для того, щоб точніше зрозуміти сутність іміджу в органах публічної влади потрібно розглянути, що вони із себе представляють (табл. 1.5).

Таблиця 1.5 - Система органів публічної влади в Україні

Гілка влади	Орган/Посада	Основні функції
1	2	3
Законодавча	Верховна Рада України	Прийняття законів, затвердження бюджету, контроль за діяльністю виконавчої влади, ратифікація міжнародних договорів
Виконавча	Президент України	Забезпечення національної безпеки, зовнішньополітична діяльність, призначення та звільнення керівників виконавчої влади, підписання законів

1	2	3
Виконавча	Кабінет Міністрів України; центральні органи; місцеві держ.адміністрації	Реалізація державної політики, управління економікою, соціальною сферою, внутрішніми справами, обороною і т.д.
Судова	Суди загальної юрисдикції	Правосуддя у цивільних, кримінальних, адміністративних та інших справах
	Конституційний Суд України	Розгляд конституційності законів та інших нормативно-правових актів, офіційне тлумачення Конституції
Місцеве самоврядування	Місцеві ради	Прийняття місцевих нормативних актів, затвердження місцевих бюджетів, контроль за виконанням місцевих програм розвитку
	Голови місцевих рад	Реалізація рішень рад, управління комунальним майном, організація надання публічних послуг
Контролюючі органи	Прокуратура України	Нагляд за дотриманням законів, представництво інтересів держави в суді, підтримання державного обвинувачення в суді
	Антикорупційні органи (НАБУ, САП, НАЗК)	Запобігання та боротьба з корупцією

Джерело: [29]

Імідж органу публічної влади складається з кількох важливих компонентів, які формують сприйняття його ефективності та надійності у громадськості. Ефективність управлінських процесів і їх результативність також впливають на сприйняття органу. До цього додається рівень соціальної відповідальності, який показує здатність органу враховувати суспільні інтереси і сприяти добробуту громади. Тому серед усіх частин іміджу органу ПВ одним із найважливіших є соціальний (табл. 1.6).

Соціальний імідж органу ПВ охоплює сприйняття, ставлення та оцінки громадськістю діяльності цього органу. Він формується під впливом багатьох чинників, серед яких основними є прозорість, ефективність, законність та відповідальність. Прозорість передбачає відкритість та доступність інформації про роботу органу, що сприяє підвищенню довіри з боку громадськості. Ефективність означає здатність досягати поставлених цілей та результатів, що відповідають очікуванням суспільства. Законність вказує на дотримання норм права у процесі ухвалення рішень та виконання повноважень, що забезпечує легітимність та справедливість дій влади. Відповідальність включає в себе

готовність визнавати помилки та нести за них відповідальність, а також вчасно реагувати на запити та потреби громадян. Соціальний імідж також визначається культурою взаємодії з громадськістю, рівнем комунікації та здатністю влади ефективно вирішувати актуальні проблеми суспільства. Важливу роль відіграють також інноваційні підходи до управління, адаптація до змін та здатність швидко реагувати на нові виклики [4].

Таблиця 1.6 – Частини іміджу органу публічної влади

<i>Складова частина</i>	<i>Характеристика</i>
Діловий імідж організації	Характеризується за повнотою, швидкістю та якістю наданих послуг. По суті, це уявлення людей про державний орган як організацію.
Імідж працівників	Охоплює внутрішній та зовнішній імідж державних службовців, які працюють в конкретному органі державної влади: від їхніх внутрішніх переконань та рис характеру до особливостей зовнішнього вигляду, як одяг, зачіска тощо.
Внутрішній імідж організації	Це імідж організації, реципієнтом якого є самі ж працівники. Тобто, це уявлення державних службовців про той же орган влади, який вони представляють. Він визначається через психологічний клімат всередині колективу та внутрішню культуру організації.
Імідж керівництва	Базується на характеристиці керівників (або керівника) органу державної влади та їх образах. Тут відіграють важливу роль їх психологічні характеристики та зовнішні ознаки.
Імідж працівників	Загальне, сукупне поняття про державних службовців, що працюють в конкретному органі влади, яке демонструє найбільш притаманні їм, як колективу, риси. Імідж працівників охоплює мобільність та точність у процесі реалізації службових обов'язків і повноважень, своєчасність та

	швидкість надання послуг громадянам, висока кваліфікованість та наявність необхідних знань і вмінь для виконання посадових обов'язків, комунікабельність та привітність. Окрім того, значна увага приділяється зовнішності: охайності, чистоті та стриманості у підборі одягу.
Візуальний імідж організації	Це образ, який виникає в уяві людини при згадці організації. Тобто, це візуальна картинка, яка була створена при відвідуванні органу державної влади. Сюди належить інтер'єр приміщення, наявність відповідної символіки всередині, зовнішнє оздоблення будівлі тощо.
Соціальний імідж організації	Уявлення людей про основні цілі діяльності організації, її функції та роль, яку вона відіграє у покращенні життя населення та забезпеченні його стабільного розвитку.
Імідж послуги	Асоціації та стереотипи, які має населення, щодо отримання тієї чи іншої послуги від державних службовців: наскільки швидким та приємним буде її отримання, або ж навпаки – наскільки повільним та нудним.

Джерело: [4]

Позитивний соціальний імідж формується на основі стабільності, професіоналізму та відповідальності органу публічної влади, а також на його спроможності бути відкритим для діалогу з різними соціальними групами. Крім того, соціальний імідж залежить від репутації лідерів та посадових осіб, які представляють орган влади. Їхні особисті якості, професійні досягнення та етичні стандарти мають суттєвий вплив на сприйняття органу в цілому. У сучасному суспільстві важливим аспектом є також роль засобів масової інформації та соціальних медіа, які формують громадську думку та можуть як підтримувати, так і підривати довіру до органів влади [4].

Основні функції іміджу органу публічної влади можна визначити через його вплив на різні сфери суспільного життя та на внутрішні процеси самого органу. По-перше, імідж виконує інформаційно-комунікативну функцію. Він є важливим каналом передачі інформації про цілі, завдання та результати діяльності органу. Завдяки позитивному іміджу створюється довіра до органу з боку громадськості, що полегшує процес комунікації та сприяє кращому розумінню та підтримці його ініціатив [7; 10-11] (табл. 1.7).

Таблиця 1.7 – 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: [7; 10-11]

По-друге, імідж має легітимаційну функцію. Висока репутація органу ПВ сприяє підвищенню його легітимності, тобто визнання і підтримки його повноважень і рішень з боку суспільства, що особливо важливо в умовах демократичного суспільства, де підтримка громадськості є ключовим фактором стабільності та ефективності функціонування публічної влади [10-11].

По-третє, імідж виконує мотиваційну функцію. Позитивне сприйняття органу ПВ з боку громадян сприяє підвищенню їхньої активності та участі в суспільно-політичному житті. Громадяни, які довіряють органу влади, частіше беруть участь у виборах, громадських слуханнях та інших формах суспільної активності, що підвищує рівень громадянської відповідальності та залучення до процесів прийняття рішень [7; 12].

По-четверте, імідж має регулятивну функцію. Він виступає своєрідним індикатором ефективності діяльності органу публічної влади, сприяючи корекції його дій і стратегій у відповідь на зміну суспільних очікувань та

запитів. Позитивний імідж допомагає орієнтувати діяльність органу на досягнення суспільно значущих результатів, що, в свою чергу, забезпечує стабільність і прогнозованість у діяльності публічної влади [10-14].

Органи ПВ, будучи важливими учасниками в управлінні суспільством, володіють значними ресурсами та можливостями впливу на формування громадської думки та поведінки. Імідж цих органів визначається рядом факторів, включаючи офіційну пресу, спілкування з громадськістю, діяльність у соціальних мережах, рівень прозорості та ефективності їхньої роботи [6] (рис. 1.4).

Дослідження впливу іміджу органу ПВ на суспільство важливе для розуміння механізмів формування громадської думки та для вдосконалення комунікаційних стратегій владних структур. Аналіз цього впливу допомагає ідентифікувати проблемні аспекти та розробляти заходи для покращення співвідношення між органами влади та громадськістю, що сприяє побудові більш демократичного та ефективного управління [6].

Слід відмітити, що негативний імідж може призвести до втрати довіри та підточувати легітимність діяльності органу ПВ. Бар'єри сприйняття іміджу органу ПВ є результатом складної взаємодії різних факторів, таких як прозорість, етика, комунікаційні зусилля та політичні уподобання. По-перше, одним з основних бар'єрів є відсутність прозорості та відкритості з боку органу ПВ. Якщо діяльність органу влади є малопрозорою або інформація про неї обмежена, це може призвести до формування у громадськості негативного ставлення та підозрів. По-друге, корупційні скандали та порушення етичних норм також можуть стати серйозними бар'єрами для сприйняття іміджу органу влади. Громадськість виявляє велику чутливість до корупційних схем та неетичної поведінки з боку владних структур, що може викликати негативну реакцію та зниження довіри. По-третє, недостатність комунікаційних зусиль з боку органу влади також може стати бар'єром для сприйняття його іміджу. Якщо орган влади не забезпечує ефективну комунікацію з громадськістю, це може призвести до неправильного розуміння його діяльності та цілей. Крім

того, політичні та ідеологічні розбіжності також можуть впливати на сприйняття іміджу органу влади. Громадськість може мати різні погляди та переконання, що впливає на спосіб сприйняття діяльності владних структур [6].

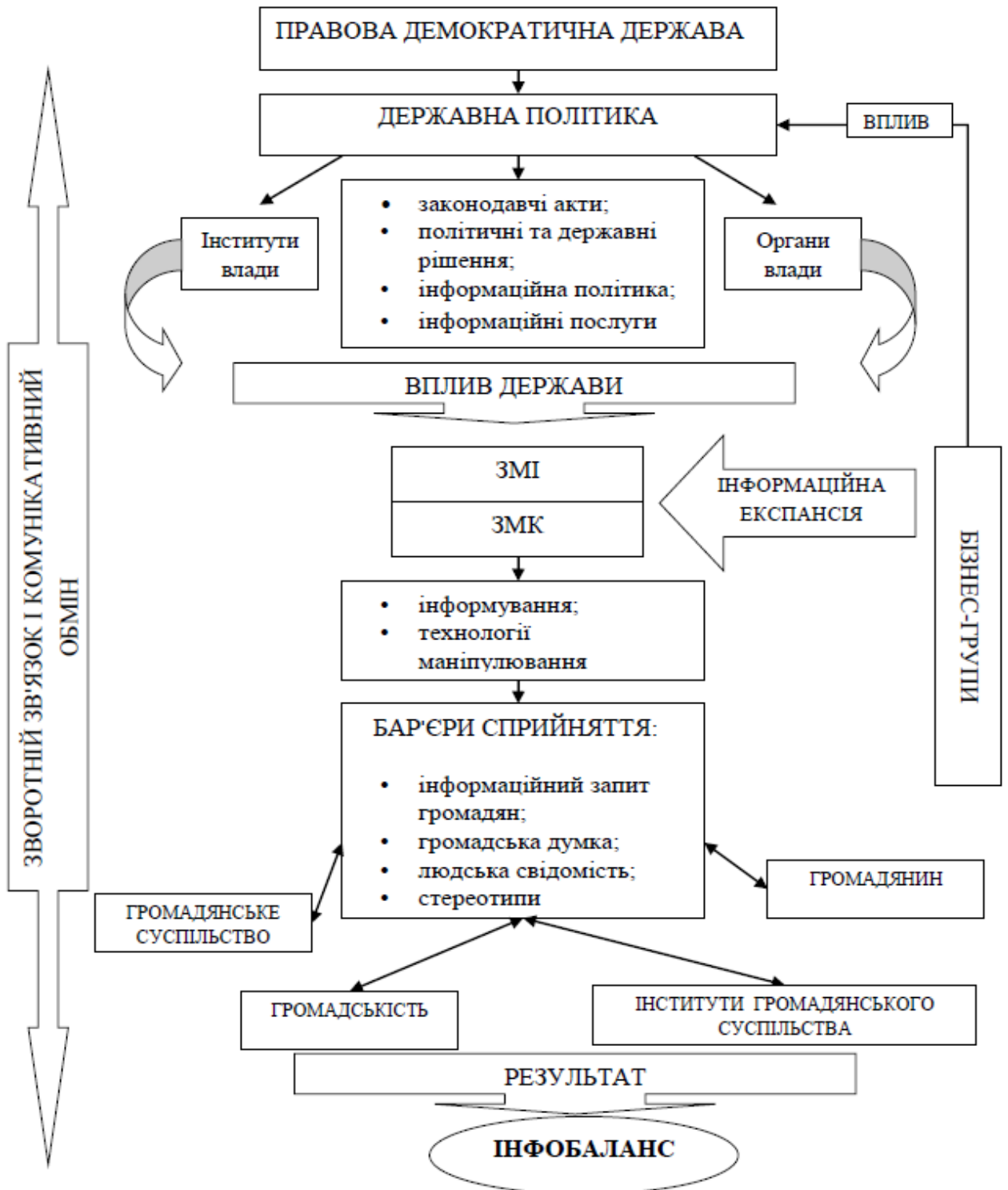


Рис.1.4 – Візуалізація інформаційного впливу іміджу на суспільство [6]

Отже, імідж органу публічної влади є важливим інструментом у системі взаємодії між владою та суспільством. Він сприяє підвищенню ефективності

управління, зміцненню довіри та легітимності влади, а також стимулює активну участь громадян у суспільно-політичному житті.

1.2. Сучасні механізми формування іміджу органу публічної влади

Формування позитивного іміджу органів публічної влади ґрунтується на комплексному застосуванні цілої низки принципів, що сприяє зміцненню довіри громадськості до владних структур та підвищенню їх ефективності та легітимності.

Одним із ключових принципів є принцип прозорості та відкритості. Органи публічної влади повинні демонструвати відкритість у своїй діяльності, надавати доступ до інформації та взаємодії з громадськістю, що створює враження довіри до влади та забезпечує контроль за її діями з боку громадян. Ще одним важливим принципом є принцип компетентності. Органи публічної влади повинні проявляти високий рівень фаховості та ефективності у своїй роботі. Це означає, що вони повинні мати необхідні знання, навички та ресурси для вирішення завдань, що стоять перед ними. Компетентність сприяє підвищенню авторитету та поваги до органів влади. Не менш важливим принципом є принцип відповідальності. Органи публічної влади повинні нести відповідальність за свої дії перед суспільством. Це означає, що вони повинні бути готові відповідати за свої рішення та дії перед громадськістю, включаючи інституційну відповідальність перед іншими органами влади.

Принцип ефективності також має велике значення. Органи ПВ повинні демонструвати свою здатність до досягнення поставлених цілей та завдань шляхом оптимального використання ресурсів, що дозволяє підвищити довіру до влади та забезпечити задоволення потреб суспільства.

Принцип взаємодії та співпраці є також важливим для формування позитивного іміджу органів публічної влади. Вони повинні активно співпрацювати з громадськістю, іншими інститутами влади, громадськими

організаціями та іншими зацікавленими сторонами для досягнення спільних цілей та вирішення проблем. Окрім цього, важливим є принцип інформаційної кампанії. Органи влади повинні активно використовувати різноманітні комунікаційні канали для поширення інформації про свою діяльність, досягнення та плани, що допомагає підвищити рівень освіченості громадськості щодо роботи владних структур та сприяє формуванню позитивного іміджу [12 - 14]. Узагальнено вищезгадані принципи представлено в табл. 1.8.

Таблиця 1.8 – Принципи формування позитивного іміджу органів публічної влади

Принципи	Характеристика
Перший принцип	далекоглядність (стратегічність) центральних органів виконавчої влади характеризує їх здатність запропонувати громадянам перспективні та ефективні програми розв'язання суспільно-політичних та економічних проблем
Другий 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 ризикує виглядати в очах громадськості беззаконною, безвідповідальною і високо корумпованою
Третій 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: [12 - 14]

У сучасному політичному та соціальному контексті формування іміджу органу публічної влади тісно пов'язане з іміджем його керівника. Імідж органу публічної влади, будучи інституційною сутністю, визначається не лише його функціями та повноваженнями, але й рівнем довіри громадськості, ступенем

відповідності вимогам законодавства та етичним стандартам. Створення позитивного іміджу органу публічної влади передбачає системний підхід, що включає в себе різноманітні аспекти: відкритість, прозорість, ефективність, а також здатність до взаємодії з громадськістю та іншими зацікавленими сторонами. Проте імідж органу публічної влади нерозривно пов'язаний з іміджем його керівника. Лідер органу влади виступає як головний виконавець та представник його політики. Його стиль керівництва, особисті якості, спосіб комунікації та етичні стандарти безпосередньо впливають на сприйняття органу публічної влади загалом. Недостатня довіра до керівника може вплинути на довіру громадськості до самого органу та його рішень. На відміну, позитивний імідж керівника може підвищити авторитет та привабливість органу публічної влади, сприяючи підтримці та легітимності його діяльності [6; 24].

Отже, успішне формування іміджу органу публічної влади неможливе без врахування та підтримки позитивного іміджу його керівника, що вимагає не лише професіоналізму та компетентності з боку керівника, але й активної комунікації, відкритості перед громадськістю та постійного підтримання довіри через дії, що відповідають високим стандартам етики та права.

Механізм формування іміджу керівника публічного органу влади є комплексним та багатоплановим процесом, що включає в себе різноманітні аспекти професійного здоров'я, етики, менеджменту та професійної діяльності. У даному контексті, імідж керівника визначається як сприйняття громадськістю його особистості, компетентності, ефективності та моральних якостей, а формування цього іміджу залежить від різноманітних механізмів та факторів. Першим аспектом є професійне здоров'я керівника. Здоров'я керівника впливає на його загальний вигляд, енергію та здатність до виконання обов'язків. Оптимальний стан фізичного і психологічного здоров'я створює позитивне враження та довіру серед громадськості. Крім того, керівник повинен дбати про своє психологічне благополуччя, щоб бути емоційно стабільним та спроможним приймати обґрунтовані рішення. Другий аспект - етика та моральність. Керівник публічного органу влади повинен дотримуватися

високих етичних стандартів, щоб заслужити повагу та довіру громадськості. Це означає чесність, інтегритет, відповідальність та повагу до прав людини. Його дії та рішення повинні бути зрозумілими, справедливими та прозорими, щоб уникнути сумнівів щодо його моральних якостей. Третій аспект - менеджмент та лідерство. Керівник повинен мати навички ефективного управління та лідерства, щоб керувати своїм колективом та досягати стратегічних цілей. Він повинен бути здатним мотивувати та надихати співробітників, розвивати їх потенціал та забезпечувати оптимальні умови для роботи. Четвертий аспект - професійна діяльність. Керівник повинен мати глибокі знання та розуміння сфери, в якій він працює, а також професійний досвід, який дозволяє йому ефективно керувати діяльністю органу влади. Він повинен бути в курсі останніх тенденцій, розвитку суспільства та нововведень у своїй галузі [6; 24].

Отже, механізм формування іміджу керівника публічного органу влади базується на його професійному здоров'ї, етиці, менеджменті та професійній діяльності, які взаємодіють між собою та сприяють створенню позитивного іміджу, що є важливим для успішної діяльності та підтримки з боку громадськості (рис. 1.5).

Формування позитивного іміджу державного службовця-керівника включає ряд когнітивних процесів, що впливають на сприйняття його діяльності та особистості громадськістю. Когнітивна складова в цьому контексті описує механізми мислення, сприйняття та оцінювання інформації, які формують уявлення про державного службовця-керівника.

Одним з ключових аспектів є спосіб, яким люди сприймають інформацію про дії та заяви керівника. Це включає не лише саму інформацію, а й контекст, в якому вона подається, і оцінку, яку роблять споживачі інформації. Наприклад, якщо державний службовець-керівник представляє ініціативу або приймає рішення, що має позитивний вплив на суспільство або ефективно вирішує важливі проблеми, це може позитивно вплинути на сприйняття його діяльності.

Крім того, важливим є інтелектуальний рівень та обізнаність державного службовця-керівника у питаннях, що стосуються його сфери відповідальності.

Якщо керівник виявляє глибокі знання та розуміння проблем, з якими він стикається, це може сприяти позитивному сприйняттю його діяльності та компетентності [6].



Рис.1.5 – Механізм формування іміджу керівника публічного органу влади [6]

Крім того, роль емоційного інтелекту також важлива в формуванні позитивного іміджу. Здатність демонструвати емоційну стабільність та емпатію, розуміння власних та інших емоцій може створювати позитивне враження про державного службовця-керівника [6].

Формування позитивного іміджу держслужбовця-керівника базується на комплексному підході, включаючи як професійні, так і психологічні аспекти. Однією з важливих складових є його поведінка, яка має бути належним чином скоординованою та спрямованою на досягнення високих результатів у виконанні службових обов'язків. Поведінкова складова включає в себе низку ключових аспектів. По-перше, це прояв відкритості та доступності. Держслужбовець-керівник повинен демонструвати готовність слухати пропозиції та думки своїх підлеглих, сприяти встановленню відкритого комунікаційного середовища, де кожен може вільно висловити свої ідеї та питання. По-друге, це прояв емпатії та розуміння. Держслужбовець-керівник повинен виявляти співчуття та зацікавленість у проблемах своїх підлеглих, проявляти готовність допомогти у вирішенні проблемних ситуацій та підтримувати їх у складних життєвих ситуаціях. По-третє, важливою є демонстрація лідерських якостей. Держслужбовець-керівник повинен бути прикладом для наступництва, вміти вести команду досягнень, мотивувати її до високих результатів та співпрацювати з нею для досягнення загальних цілей. Крім того, важливим елементом є професійна компетентність. Держслужбовець-керівник повинен володіти необхідними знаннями та навичками у своїй галузі, розуміти вимоги законодавства та ефективно використовувати їх у своїй роботі. Усі ці аспекти поведінкової складової формування позитивного іміджу держслужбовця-керівника спільно сприяють створенню відомості про нього як про професіонала, який має авторитет та довіру як серед підлеглих, так і серед громадськості [6].

Отже, складові, які сприяють створенню позитивного враження про державного службовця, що відповідає за керівництво в певній сфері державного управління представляють собою компоненти формування

позитивного іміджу держслужбовця-керівника. Дані компоненти можуть включати такі аспекти, як професіоналізм, етика, комунікаційні навички, стратегічне мислення та здатність до прийняття відповідальних рішень. Дослідження в галузі формування позитивного іміджу держслужбовця-керівника може вивчати вплив таких факторів, як відкритість до спілкування з громадськістю, здатність до вирішення складних проблем, а також стійкість до стресу та здатність до побудови ефективних команд (рис. 1.6).

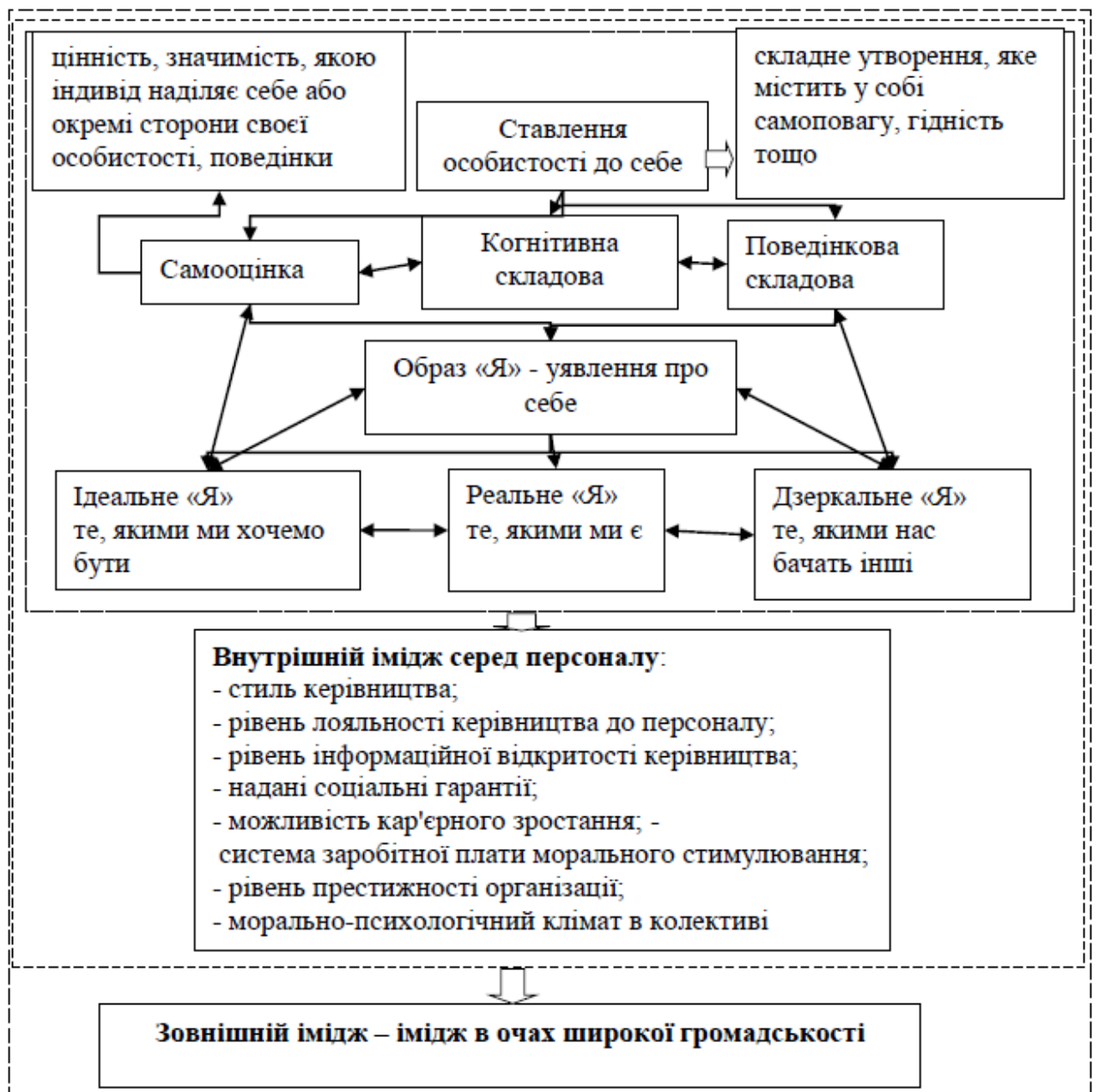


Рис.1.6 – Компоненти формування позитивного іміджу держслужбовця-керівника [6]

Імідж органу ПВ формується також через символіку та атрибутику, такі як логотипи, гасла та інші візуальні елементи, що сприяють впізнаваності та асоціюються з певними цінностями. Інституційна культура, що включає норми та цінності органу, визначає внутрішню атмосферу і впливає на загальний стиль роботи. Важливою складовою є участь у суспільному житті, через яку орган демонструє свою активну позицію та залученість до вирішення актуальних питань.

З урахуванням курсу України на євроінтеграцію слід врахувати формування іміджу органу публічної влади в країнах ЄС, який є складним процесом, що визначається як загальними тенденціями, так і національними особливостями кожної країни. Одним із ключових аспектів формування іміджу є сприйняття громадськістю діяльності даного органу та його представників. Національні особливості та культурні відмінності країн ЄС впливають на цей процес у різних аспектах (дод. Б).

Зокрема, в країнах з високим ступенем індивідуалізму, таких як Нідерланди або Швеція, імідж органу публічної влади може бути зорієнтований на підтримку індивідуальних прав та свобод громадян. Такі країни акцентують увагу на відкритості, прозорості та демократичності в діяльності владних структур, що відображається у їхньому іміджі. У країнах з високим ступенем колективізму, таких як Німеччина або Австрія, імідж органу публічної влади може бути спрямований на підтримку спільних цінностей та інтересів суспільства. В таких країнах важливим є формування іміджу як надійного партнера, який діє в інтересах загального блага, що сприяє підтримці авторитету органу в очах громадян. Крім того, історичні та культурні особливості кожної країни впливають на способи формування іміджу органів влади. Наприклад, у країнах з багатою історією та традиціями, таких як Франція або Італія, імідж органів влади часто асоціюється зі збереженням культурної спадщини та захистом національної ідентичності [2; 4; 7; 9; 15-18].

Відтак формування іміджу органу публічної влади в країнах ЄС відображає сукупність загальних європейських цінностей та національних особливостей, що робить цей процес складним та різноманітним.

1.3. Аналіз нормативно-правових актів, які регулюють питання формування іміджу органу публічної влади

Нормативно-правові акти, які регулюють діяльність органів публічної влади в Україні, є фундаментальною складовою системи правового регулювання країни. Ці акти визначають порядок та принципи функціонування органів влади, їх повноваження, процедури прийняття рішень, контроль за діяльністю та відповідальність перед суспільством. Вони забезпечують правову стабільність, захищають права та свободи громадян, забезпечують розвиток демократичних інститутів та рівень їх довіри.

Україна, як демократична правова держава, має складну систему нормативно-правових актів, які регулюють діяльність органів публічної влади. Серед них особливе місце займають Конституція України, закони, укази Президента, постанови уряду, нормативні акти міністерств та інших органів виконавчої влади, а також міжнародні договори, ратифіковані Україною.

Конституція України є найвищим правовим актом країни, що визначає загальні принципи організації держави, систему влади та основні права та свободи громадян. Вона встановлює принципи розділу влади на законодавчу, виконавчу та судову, а також механізми контролю за їх діяльністю.

Закони приймаються Верховною Радою України і мають вищу юридичну силу серед інших нормативно-правових актів. Вони регулюють конкретні сфери державного життя, встановлюють права та обов'язки громадян, порядок функціонування державних органів.

Укази Президента України визначають основні напрямки внутрішньої та зовнішньої політики держави, розпорядження щодо виконання Конституції та

законів, призначення на посади вищих керівників держави та інші важливі питання.

Постанови уряду регулюють діяльність виконавчої влади, встановлюють правила та стандарти в галузях економіки, соціальної політики, безпеки, охорони навколишнього середовища тощо.

Нормативні акти міністерств та інших органів виконавчої влади конкретизують положення законів та розробляють механізми їх виконання в межах покладених повноважень.

Міжнародні договори, ратифіковані Україною, мають пряму юридичну силу в українському правовому просторі та забезпечують відповідність внутрішнього законодавства міжнародним стандартам та зобов'язанням.

Усі нормативно-правові акти спрямовані на забезпечення правового порядку, захист прав і свобод громадян, забезпечення функціонування держави та її органів відповідно до принципів демократії та правової держави.

Окремі з них узагальнено в дод. В.

Формування іміджу органу ПВ в Україні регулюється низкою нормативно-правових актів, які визначають процедури та механізми впливу на сприйняття громадськістю його діяльності та образу. Одним із ключових законів, які визначають принципи формування іміджу органів влади, є Конституція України. Зокрема, вона гарантує право на інформацію та свободу слова, що є важливими складовими для формування образу влади.

Додатково, законодавство України включає в себе низку нормативних актів, які регулюють засоби масової інформації. Наприклад, Закон «Про засоби масової інформації», який визначає правила роботи з ними, а також встановлює механізми контролю за їхньою діяльністю. Цей закон також регулює правила стосовно реклами, включаючи політичну, що є важливим аспектом формування іміджу органів влади.

У контексті взаємодії з громадськістю іншим важливим законом є Закон «Про доступ до публічної інформації», який визначає право громадян на отримання інформації від органів влади та зобов'язує органи публічної влади

забезпечувати доступ до неї. Цей закон є важливим для підвищення прозорості та відкритості діяльності органів влади, що сприяє формуванню їхнього позитивного іміджу в очах громадян.

Крім того, імідж органів влади формується через їхню комунікаційну стратегію. Так, багато владних установ мають власні положення або нормативні документи, що регулюють процеси комунікації з громадськістю, у т.ч. в інтернеті та соціальних мережах. Дані документи встановлюють правила ведення офіційних сторінок, взаємодію з журналістами, а також принципи відповідальності за розповсюдження інформації.

Слід зазначити, що вплив на формування іміджу органів влади можуть мати також інші нормативні акти, наприклад, щодо протидії корупції, виконання законодавства у сфері прав людини тощо. У цілому, формування позитивного іміджу органу публічної влади в Україні є складним процесом, який базується на взаємодії з громадськістю та додержанні відповідних нормативно-правових актів.

Таким чином, у динамічному світі сьогодення, де інформаційний потік нескінченно розмаїтий, створення та збереження позитивного іміджу органу ПВ визначається складною взаємодією різних факторів та стратегій. Теоретичні основи формування такого іміджу відображають глибокі наукові та соціальні аспекти, що вимагають системного підходу до аналізу та реалізації. Слід визнати, що позитивний імідж органу ПВ не може бути створений штучно або лише за допомогою публічних виступів. Він є результатом комплексного процесу, що базується на принципах діалогу, взаєморозуміння та відкритості. Формування позитивного іміджу передбачає поєднання різноманітних стратегій, включаючи публічну інформаційну політику, сприятливі регулятивні умови, а також дієву комунікаційну стратегію. Важливим аспектом є збалансованість та консистентність в управлінні іміджем. Це означає, що дії та повідомлення органу публічної влади повинні співзвучно відображати його цінності, завдання та принципи. Крім того, важливо уникати суперечливих повідомлень або дій, які можуть підірвати довіру та викликати негативну

реакцію громадськості. Для успішного формування позитивного іміджу необхідно також враховувати специфіку аудиторії та контексту, в якому орган публічної влади функціонує. Різні групи громадськості можуть мати різні очікування та перспективи, тому важливо встановити ефективний механізм комунікації з кожною з них. Крім того, необхідно враховувати геополітичний та культурний контекст, оскільки він може суттєво вплинути на сприйняття іміджу як в межах країни, так і за її межами. Успішне формування позитивного іміджу органу ПВ вимагає системного та цілеспрямованого підходу, який базується на наукових дослідженнях, практичних знаннях та врахуванні специфіки конкретної ситуації. Врахування цих теоретичних засад дозволить підвищити довіру громадськості, зміцнити легітимність органу ПВ та сприяти ефективній реалізації його завдань.

2. ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНУ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ НА ОСНОВІ КОМПЛЕКСНОГО ПІДХОДУ

2.1 Характеристика Управління персоналу апарату Дніпропетровської обласної державної адміністрації

Дніпропетровська обласна державна адміністрація (далі по тексту – ДОДА) є центральним органом виконавчої влади в Дніпропетровській області України. Її діяльність зосереджена на забезпеченні реалізації державної політики у різних сферах суспільного життя, зокрема економіки, освіти, охорони здоров'я, соціального захисту, культури та спорту. ДОДА виконує функції координації роботи місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування, здійснює контроль за виконанням законодавства України, указів Президента, постанов Кабінету Міністрів та інших нормативно-правових актів [31].

Однією з ключових функцій ДОДА є формування та реалізація регіональної політики, спрямованої на економічний розвиток області, що включає підтримку малого та середнього бізнесу, залучення інвестицій, розвиток інфраструктури та індустриальних парків. Адміністрація активно працює над залученням іноземних інвестицій, створенням сприятливих умов для підприємницької діяльності та розвитком експортного потенціалу регіону.

У сфері соціальної політики ДОДА приділяє значну увагу забезпеченню соціального захисту населення, підтримці вразливих верств, включаючи ветеранів, людей з інвалідністю, багатодітних сімей та пенсіонерів. Крім того, адміністрація сприяє реалізації державних програм у сфері охорони здоров'я, модернізації медичних закладів та покращенню якості медичних послуг [31].

Освітня політика ДОДА спрямована на підвищення якості освіти та розвиток інноваційних підходів у навчальному процесі. Адміністрація

підтримує модернізацію освітніх закладів, впровадження новітніх технологій у навчальний процес та підвищення кваліфікації педагогічних кадрів [31].

У сфері культури та спорту адміністрація зосереджується на збереженні та популяризації культурної спадщини регіону, розвитку культурних та спортивних інфраструктур, підтримці талановитої молоді та організації культурно-мистецьких заходів. Значна увага приділяється також екологічній політиці, зокрема впровадженню програм з охорони навколишнього середовища, зменшенню негативного впливу промисловості на екосистему та розвитку відновлюваних джерел енергії [31].

Таким чином, діяльність ДОДА є комплексною, спрямованою на забезпечення сталого розвитку Дніпропетровської області, підвищення якості життя населення та реалізацію державної політики на місцевому рівні.

Імідж ДОДА формується під впливом багатьох факторів та охоплює різні аспекти її діяльності. Цей імідж визначається економічною, соціальною, освітньою, культурною, екологічною та інформаційною політикою адміністрації, а також її здатністю ефективно комунікувати з громадськістю.

ДОДА має репутацію одного з провідних регіональних органів влади в Україні, що зумовлено її активною роллю у розвитку регіону та впровадженні інноваційних підходів у управлінні. Одним з ключових аспектів, що впливає на позитивний імідж обласної адміністрації, є її зусилля у сфері економічного розвитку. ДОДА активно працює над залученням інвестицій, підтримкою малого та середнього бізнесу, розвитку інфраструктури та індустриальних парків. Важливим досягненням є створення сприятливих умов для підприємницької діяльності, що сприяє економічному зростанню та покращенню рівня життя населення. Успішні інвестиційні проекти, реалізовані за підтримки адміністрації, створюють нові робочі місця, збільшують надходження до місцевого бюджету та сприяють загальному розвитку регіону [31].

Соціальна політика ДОДА також є важливим елементом її позитивного іміджу. Адміністрація приділяє значну увагу підтримці соціально незахищених

верств населення, таких як ветерани, люди з інвалідністю, багатодітні сім'ї та пенсіонери. Реалізація соціальних програм, спрямованих на забезпечення гідних умов життя, покращення доступу до медичних послуг та підтримку молоді, створює відчуття турботи та соціальної справедливості серед мешканців області. Модернізація медичних закладів, впровадження сучасних медичних технологій та підвищення якості медичних послуг сприяють зростанню довіри до адміністрації та її сприйняття як органу, що піклується про здоров'я населення [31].

Освітня політика ДОДА спрямована на підвищення якості освіти та розвиток інноваційних підходів у навчальному процесі. ДОДА підтримує модернізацію освітніх закладів, впровадження новітніх технологій, підвищення кваліфікації педагогічних кадрів та розвиток науково-дослідної діяльності. Це сприяє формуванню іміджу регіону як освітнього центру, де створюються умови для всебічного розвитку молоді та підготовки висококваліфікованих фахівців. Організація та підтримка культурних і спортивних заходів також позитивно впливають на імідж адміністрації. Важливим аспектом є збереження та популяризація культурної спадщини регіону, розвиток культурних інфраструктур та підтримка талановитої молоді. ДОДА активно сприяє проведенню фестивалів, концертів, виставок та спортивних змагань, що робить Дніпропетровщину привабливим місцем для культурного та спортивного життя [31].

Екологічна політика адміністрації також є важливим чинником формування її позитивного іміджу. ДОДА впроваджує програми з охорони навколишнього середовища, зменшення негативного впливу промисловості на екосистему, розвитку відновлюваних джерел енергії та підвищення екологічної свідомості населення. Зазначене сприяє формуванню образу регіону як екологічно відповідального та стійкого до змін клімату, що важливо для залучення інвестицій та розвитку туризму [31].

Інформаційна політика ДОДА є важливим інструментом формування її іміджу. Відкритість, прозорість та регулярне інформування громадськості про

діяльність адміністрації сприяють підвищенню довіри населення та покращенню сприйняття її роботи. ДОДА активно використовує сучасні засоби комунікації, включаючи соціальні мережі, офіційний веб-сайт та інші платформи для взаємодії з громадянами, що дозволяє оперативно інформувати про прийняті рішення, досягнення та плани на майбутнє, а також залучати громадськість до обговорення важливих питань. Важливим елементом є також зворотній зв'язок з громадянами, який дозволяє враховувати їхні думки та потреби при прийнятті управлінських рішень [31].

Таким чином, імідж ДОДА формується на основі її ефективної діяльності у різних сферах, здатності реагувати на потреби населення, прозорості та відкритості у взаємодії з громадськістю. Економічні успіхи, соціальна справедливість, якісна освіта, культурний розвиток, екологічна відповідальність та ефективна комунікація є основними складовими позитивного сприйняття адміністрації як на місцевому, так і на національному рівнях. Названі фактори сприяють створенню іміджу ДОДА як надійного, прогресивного та відповідального органу влади, який працює на благо регіону та його мешканців.

Оргструктура ДОДА наведена у дод. Г.

Управління персоналу апарату ДОДА відіграє ключову роль у формуванні іміджу адміністрації. Положення, на підставі якого функціонує Управління персоналу апарату ДОДА наведено в дод. Д.

Функції Управління персоналу охоплюють широкий спектр діяльності, від підбору і розвитку кадрів до внутрішніх комунікацій та зовнішньої взаємодії з громадськістю. Формування позитивного іміджу адміністрації є багатограним процесом, в якому кожен аспект роботи управління персоналу відіграє важливу роль. Почнемо з найважливішого аспекту – підбору кадрів. Управління персоналу відповідає за відбір, призначення і адаптацію нових співробітників, що включає ретельний процес рекрутингу, який спрямований на залучення найбільш кваліфікованих та підготовлених спеціалістів. Використовуючи сучасні методики оцінювання, управління персоналу

забезпечує відбір кандидатів, які відповідають високим професійним стандартам і здатні ефективно виконувати свої обов'язки. Кваліфіковані кадри не лише підвищують ефективність роботи адміністрації, але й сприяють формуванню її позитивного іміджу як професійної і компетентної установи.

Адаптація нових співробітників також є важливим елементом роботи управління персоналу. Новопризначеним працівникам надається підтримка у вигляді орієнтаційних програм, наставництва і навчальних курсів. Це допомагає їм швидше інтегруватися в робочий процес, розуміти свої завдання та виконувати їх на високому рівні. Завдяки цьому, нові співробітники можуть відчувати себе частиною колективу і працювати ефективно, що позитивно впливає на загальний імідж адміністрації.

Навчання та розвиток кадрів є наступним важливим аспектом роботи управління персоналу. Адміністрація регулярно організовує різноманітні тренінги, семінари та курси підвищення кваліфікації для своїх працівників. Це дозволяє співробітникам постійно вдосконалювати свої професійні навички, бути в курсі новітніх методик і підходів у своїй галузі. Інвестиції в розвиток кадрів не лише підвищують професіоналізм працівників, але й демонструють зобов'язання адміністрації до постійного вдосконалення, що позитивно сприймається громадськістю та партнерами.

Корпоративна культура також грає важливу роль у формуванні іміджу адміністрації. Управління персоналу працює над створенням і підтримкою сприятливої робочої атмосфери, яка сприяє залученню і утриманню талановитих кадрів. Це включає розробку мотиваційних програм, системи заохочень і підтримки, а також заходів, спрямованих на поліпшення морального клімату в колективі. Корпоративні цінності, такі як взаємоповага, співпраця і відповідальність, активно підтримуються і впроваджуються в повсякденну діяльність. Завдяки цьому, співробітники відчують себе цінними і залученими, що сприяє підвищенню їхньої продуктивності і позитивно відображається на іміджі адміністрації.

Внутрішні комунікації є ще одним ключовим аспектом роботи управління персоналу. Ефективне спілкування між різними відділами і рівнями адміністрації є необхідним для забезпечення злагодженої роботи всієї структури. Управління персоналу відповідає за розробку і впровадження системи внутрішніх комунікацій, яка включає регулярні наради, інформаційні бюлетені, внутрішні портали та інші засоби обміну інформацією. Це дозволяє співробітникам бути в курсі всіх важливих подій і змін, що відбуваються в адміністрації, що, у свою чергу, сприяє підвищенню рівня залученості і відповідальності.

Зовнішня взаємодія також є важливою складовою формування іміджу адміністрації. Управління персоналу бере активну участь у співпраці з громадськими організаціями, освітніми установами та іншими партнерами. Це включає участь у громадських заходах, організацію і проведення конференцій, семінарів і інших публічних заходів. Активна присутність в медіапросторі, включаючи соціальні мережі та офіційний веб-сайт, дозволяє інформувати громадськість про досягнення та ініціативи адміністрації. Така прозорість і відкритість сприяють формуванню позитивного іміджу ДОДА як відповідальної і компетентної державної структури.

Крім того, управління персоналу активно працює над підвищенням соціальної відповідальності ДОДА. Це включає участь у благодійних акціях, екологічних програмах і інших соціальних ініціативах. Демонстрація соціальної відповідальності і турботи про громаду допомагає створити позитивний образ адміністрації, яка не лише виконує свої безпосередні обов'язки, але й робить свій внесок у розвиток і покращення якості життя населення.

Важливо зазначити, що управління персоналу також відіграє роль у розробці стратегічних планів розвитку ДОДА, що включає аналіз кадрових потреб, прогнозування змін у структурі персоналу і розробку планів з підвищення ефективності роботи. Такий стратегічний підхід дозволяє ДОДА не лише оперативно реагувати на поточні виклики, але й бути підготовленою до

майбутніх змін, що позитивно впливає на її імідж як динамічної і прогресивної організації.

Отже, завдяки ефективному підбору і розвитку кадрів, створенню сприятливого робочого середовища, підтримці внутрішніх комунікацій і активній взаємодії з громадськістю, управління персоналу сприяє створенню і підтриманню позитивного іміджу ДОДА. Ця робота вимагає постійної уваги до потреб співробітників, прагнення до вдосконалення і відкритості у взаємодії з громадськістю, що є ключовими чинниками успіху в сучасному світі.

2.2 Проблеми формування іміджу органу публічної влади

Формування іміджу органу ПВ стикається з численними проблемами, серед яких у роботі виділені наступні.

Недовіра населення до органу публічної влади є однією з ключових проблем, що значно ускладнює процес формування його позитивного іміджу. Ця недовіра зазвичай має глибокі історичні корені, які зумовлені як минулими, так і поточними подіями, що формують суспільне сприйняття влади. Історично склалося так, що численні випадки зловживання владою, корупційних скандалів та неефективного управління створили у населення стійке враження про ненадійність і непрозорість діяльності державних органів. Таке сприйняття підкріплюється відсутністю достатньої відкритості та прозорості в їх роботі, що породжує підозри щодо приховування інформації або маніпулювання нею в інтересах вузьких груп [33].

Сучасні інституційні недоліки також посилюють цю недовіру. Недостатня звітність перед громадськістю та слабка комунікація з населенням поглиблюють проблему, адже люди не отримують повної і чіткої інформації про діяльність органів влади та їхні досягнення. Крім того, відсутність механізмів громадського контролю і зворотного зв'язку сприяє утвердженню у

свідомості громадян думки про відстороненість влади від їхніх потреб і проблем [33; 40].

Корупція є ще одним важливим фактором, що підриває довіру населення. Повторювані випадки корупційних правопорушень серед державних службовців різного рівня створюють у громадян стійке відчуття несправедливості та безнадії. Люди починають сприймати органи публічної влади як структури, що діють в інтересах окремих осіб або груп, а не в інтересах суспільства в цілому [34].

Іншою значущою причиною недовіри є неефективність державних установ у вирішенні нагальних соціальних та економічних проблем. Часто органи влади не здатні оперативної і результативно реагувати на виклики, з якими стикається суспільство, що призводить до виникнення соціального напруження та невдоволення серед населення. Це, у свою чергу, сприяє утвердженню у громадян негативного сприйняття державних інституцій [33].

Недостатній професіоналізм і низька якість державних послуг також суттєво впливають на формування негативного іміджу органів влади. Громадяни стикаються з бюрократичними перешкодами, низькою якістю обслуговування, що формує у них враження про некомпетентність і неефективність державних службовців [35].

Таким чином, недовіра населення до органу публічної влади є комплексною проблемою, яка має численні причини та наслідки. Її подолання вимагає системних реформ, спрямованих на підвищення прозорості, боротьбу з корупцією, покращення комунікації з громадськістю та підвищення професіоналізму державних службовців. Тільки через усвідомлення та адресацію цих проблем можна досягти покращення іміджу органу публічної влади та відновлення довіри населення [37].

Корупція є однією з найсерйозніших проблем, що підриває процес формування позитивного іміджу органу публічної влади. Вона негативно впливає на довіру громадськості, економічну стабільність та соціальну справедливість. Корупційні практики всередині державних структур

спотворюють основні принципи публічного управління, такі як прозорість, підзвітність та ефективність, і створюють враження про те, що державні органи діють в інтересах окремих осіб або вузьких груп, а не суспільства в цілому.

Основною проблемою корупції є те, що вона викликає у населення відчуття несправедливості і безпорадності. Коли громадяни стикаються з фактами хабарництва, зловживання службовим становищем чи непотизму, вони втрачають віру в здатність державних органів виконувати свої функції чесно і неупереджено. Це породжує глибоку недовіру до влади, що важко подолати навіть за умов значних реформ і покращення роботи державних інституцій. Крім того, корупція серйозно впливає на економічний розвиток. Вона спричиняє неефективне використання державних ресурсів, завищення вартості державних проектів і зниження якості наданих послуг. Інвестори уникають країн з високим рівнем корупції через підвищені ризики та непередбачуваність. Це, у свою чергу, знижує економічну привабливість країни, обмежує можливості для створення нових робочих місць і покращення рівня життя громадян. Корупція також підриває соціальну структуру, сприяючи збільшенню нерівності. Ресурси, які могли б бути спрямовані на розвиток соціальних програм, таких як охорона здоров'я, освіта або соціальний захист, замість цього використовуються для особистого збагачення корумпованих чиновників. Це призводить до того, що найбільш вразливі верстви населення залишаються без необхідної підтримки, що ще більше поглиблює соціальні розриви і викликає невдоволення серед громадян [34; 39].

Управління корупційними ризиками є надзвичайно складним завданням, оскільки корупція часто має системний характер і проникає у всі рівні державної влади. Відсутність ефективних механізмів контролю та підзвітності лише сприяє поширенню корупційних практик. Безкарність за корупційні злочини підсилює відчуття всюдозволеності серед чиновників і демотивує тих, хто прагне працювати чесно [33].

Боротьба з корупцією вимагає комплексного підходу, що включає законодавчі зміни, створення незалежних антикорупційних органів,

впровадження сучасних технологій для підвищення прозорості та залучення громадськості до контролю за діяльністю державних органів. Важливою є також зміна культури в суспільстві, формування нетерпимості до корупції та підвищення рівня правової свідомості громадян [40].

Отже, корупція є багатогранною проблемою, яка суттєво ускладнює формування позитивного іміджу органу публічної влади. Її подолання є ключовим завданням для забезпечення ефективного, прозорого і підзвітного державного управління, яке працює на благо суспільства [41].

Прозорість у діяльності органів публічної влади є одним із ключових факторів, що забезпечують відкритість, підзвітність та легітимність цих органів. Низька прозорість створює серйозні бар'єри для реалізації цих принципів, що, своєю чергою, негативно позначається на формуванні їхнього іміджу [35; 36].

Основною проблемою низької прозорості є відсутність достатньої інформації про діяльність органу публічної влади, що робить процеси прийняття рішень непрозорими для громадян. Це спричиняє зниження довіри до владних інституцій, оскільки громадяни не можуть повноцінно контролювати та оцінювати їхню роботу. Відсутність доступу до інформації породжує підозри щодо корупційних дій, зловживання владою та неефективного використання ресурсів, що додатково підриває авторитет органів влади [38].

Друга суттєва проблема полягає у зниженні рівня громадської участі в процесах управління та прийняття рішень. Низька прозорість обмежує можливості громадян впливати на політичні та адміністративні процеси, що зменшує рівень їхньої залученості та інтересу до державних справ. Це призводить до відчуження громадян від влади, зниження активності у громадському житті та формуванні пасивної громадянської позиції. Такий стан справ є особливо небезпечним у демократичних суспільствах, де громадська участь є ключовим елементом стабільності та легітимності владних інституцій.

Третій аспект проблеми низької прозорості стосується внутрішньої ефективності роботи органів публічної влади. Відсутність належної прозорості у внутрішніх процесах та процедурах призводить до зниження ефективності управлінських рішень, оскільки відсутність відкритості перешкоджає вільному обміну інформацією між підрозділами, що знижує оперативність та обґрунтованість рішень. Зазначене може спричинити збої у виконанні державних програм, затримки у наданні публічних послуг та зниження загальної продуктивності державного управління [38].

Низька прозорість також має негативні наслідки для міжнародного іміджу країни. У сучасному глобалізованому світі прозорість та підзвітність органів влади є важливими показниками, за якими оцінюють стан демократії та правопорядку в державі. Недостатня прозорість може стати причиною міжнародної критики, зниження інвестиційної привабливості країни та зменшення міжнародної підтримки. Це створює додаткові виклики для зовнішньої політики держави та її економічного розвитку [26].

Отже, низька прозорість є серйозною проблемою для формування позитивного іміджу органу публічної влади. Вона негативно впливає на довіру громадян, знижує ефективність управлінських процесів, обмежує громадську участь та погіршує міжнародний імідж країни. Для подолання цієї проблеми необхідно впроваджувати механізми підвищення прозорості, відкритості та підзвітності в діяльності органів публічної влади, що сприятиме зміцненню довіри громадян та покращенню загального сприйняття державних інституцій.

Низька ефективність комунікацій в органі публічної влади є серйозною проблемою, яка може мати значний вплив на формування її іміджу в суспільстві. Ця проблема може мати різноманітні прояви, від недостатньої передачі інформації до недооцінки важливості взаємодії з громадськістю. Перш за все, низька ефективність комунікацій може виявлятися у відсутності або недостатньому обсязі інформації, яка надходить до громадськості. Це може призвести до непорозумінь, спекуляцій та відчуття недостатньої прозорості з боку владних структур. Наприклад, коли рішення не пояснюються чітко або

інформація щодо діяльності органу публічної влади недоступна або неповна, це може породжувати недовіру серед громадськості. Другий аспект низької ефективності комунікацій - це недооцінка важливості взаємодії з громадськістю та недосконалість в техніці комунікації. Це може включати неадекватну реакцію на питання та запити від громадськості, відсутність чутливості до їхніх потреб та проблем, а також невміння використовувати різноманітні комунікаційні канали для досягнення максимального охоплення. Крім того, низька ефективність комунікацій може бути пов'язана з недостатньою підготовкою персоналу органу публічної влади до спілкування з громадськістю. Це може включати нестачу навичок у сфері публічних виступів, відсутність здатності вести діалог з різними аудиторіями та недостатню грамотність у письмових та усних комунікаціях [25; 29].

Узагальнюючи, низька ефективність комунікацій в органах публічної влади може мати серйозні наслідки для їхнього іміджу в суспільстві, знижуючи довіру громадськості та ускладнюючи реалізацію їхніх функцій. Для подолання цієї проблеми необхідно активно працювати над підвищенням рівня комунікаційних навичок у персоналу, покращенням доступу до інформації та вдосконаленням методів взаємодії з громадськістю.

Брак професіоналізму в органах публічної влади стає важливою проблемою, що впливає на формування їхнього іміджу та авторитету в очах громадськості. Ця проблема охоплює різні аспекти, починаючи від кваліфікації працівників до якості прийнятих рішень та комунікації з громадськістю [18].

Перше, що варто відзначити, - це відповідність фахової кваліфікації працівників. Часто виникає ситуація, коли у владних структурах працюють люди, які не мають достатнього досвіду чи знань у своїй області. Це може призвести до неефективності роботи органу, а також породжує в громадськості відчуття недовіри до компетентності управлінців [42].

Друге, це якість прийнятих рішень. Коли процес прийняття рішень відбувається без необхідного аналізу, експертної думки та обґрунтування, це може призвести до неправильних чи неефективних вирішень проблем.

Недоліки в цьому аспекті можуть серйозно підірвати довіру громадськості до органу влади [19].

Третє, це комунікація з громадськістю. Недостатнє розуміння важливості відкритості, прозорості та активної взаємодії з громадськістю може призвести до втрати довіри та підтримки з боку суспільства. Наприклад, відсутність чи неправильна інформація щодо прийнятих рішень може породжувати чутки та конспіраційні теорії [30; 42].

Узагальнюючи, брак професіоналізму у роботі органів публічної влади суттєво впливає на їхній імідж та авторитет. Ця проблема вимагає системного підходу до вирішення, що включає в себе підвищення кваліфікації персоналу, поліпшення процесів прийняття рішень та активну комунікацію з громадськістю [24].

У ДОДА конфлікти внутрішнього характеру можуть виникати з різних причин і мати серйозний вплив на формування іміджу органу влади. Одні з найбільш поширених конфліктів в цьому контексті - це політичні розбіжності між різними членами та групами в адміністрації.

Наприклад, уявімо, що у ДОДА виникла суперечка між головою обласної ради та головою обласної державної адміністрації щодо розподілу бюджетних коштів на розвиток соціально-економічної інфраструктури. Голова ради може стверджувати, що більше коштів потрібно спрямувати на соціальні програми та підтримку місцевих громад, тоді як голова ДОДА може вважати, що більшу увагу потрібно приділити розвитку промисловості та інфраструктури для залучення інвестицій. Такі конфлікти можуть призвести до затримок у прийнятті важливих рішень та реалізації стратегічних проектів, що може вразити імідж ДОДА. Громадськість може сприймати такі розбіжності як прояв неефективності та недостатньої спроможності органу влади працювати в єдності на благо області.

Інший приклад конфлікту в межах ДОДА - це інституційні протиріччя між різними департаментами та підрозділами. Наприклад, управління з питань екології може вимагати строгого контролю над діяльністю місцевих

підприємств для запобігання забрудненню навколишнього середовища, тоді як управління з питань економіки може намагатися стимулювати розвиток бізнесу та промисловості в регіоні. Дані інституційні конфлікти можуть призвести до заплутаних процедур прийняття рішень та втрати чіткості в стратегії розвитку області. Такі суперечності можуть спричинити плутанину в роботі органу влади та викликати недовіру серед місцевих мешканців.

Для ілюстрації особистих конфліктів в органах влади можемо розглянути ситуацію, коли два заступника голови обласної державної адміністрації конфліктують через особисті амбіції та бажання отримати більше впливу. Ця суперечка може призвести до внутрішніх напруг у роботі ДОДА, а також до зміни пріоритетів та стратегій розвитку області, що може негативно позначитися на роботі адміністрації та спричинити втрату довіри громадськості.

Узагальнюючи, конфлікти всередині органів влади, таких як ДОДА, мають потенціал значно підірвати довіру громадськості та ускладнювати формування позитивного іміджу органу влади. Ці конфлікти можуть бути різноманітними, починаючи від політичних розбіжностей і закінчуючи особистими конфліктами між працівниками. Їх вирішення та управління ними - ключові завдання для збереження ефективності та довіри до органів влади.

У ДОДА неефективне управління кризовими ситуаціями може стати серйозною проблемою, яка негативно впливає на імідж цього органу публічної влади. Такі ситуації можуть виникати з різних причин і вимагати відповідного реагування з боку владних структур. Розглянемо детальніше цей аспект з прикладами. Припустимо, що в області стався надзвичайний випадок - природна катастрофа, така як повінь або землетрус. У такій ситуації ефективно управління кризовою ситуацією відіграє важливу роль у забезпеченні безпеки та допомоги потерпілим. Однак, якщо влада не зможе організувати координацію рятувальних робіт, надання медичної допомоги та забезпечення необхідними ресурсами, це може спричинити катастрофічні наслідки та створити враження про неефективність управління кризовими ситуаціями.

Інший приклад - криза громадського здоров'я, така як епідемія або пандемія. В умовах великого поширення хвороби влада має відповідати швидким та ефективним реагуванням, мобілізацією ресурсів для боротьби з поширенням і наданням допомоги хворим. Однак, якщо реагування влади буде неорганізованим, недостатнім чи неефективним, це може призвести до зростання числа захворювань та втрати довіри громадськості до владних структур.

Другий аспект - кризові ситуації, пов'язані зі злочинністю та безпекою громадян. Наприклад, ескалація злочинності або масові протести можуть вимагати оперативної реакції влади для забезпечення громадського порядку та безпеки громадян. Якщо в таких ситуаціях влада не зможе забезпечити належний рівень безпеки та порядку, це може призвести до загострення ситуації та поглиблення кризи.

Наприклад, у 2020 році під час пандемії COVID-19 владні структури Дніпропетровської області могли стикатися з великими викликами у забезпеченні медичного обладнання, тестуванні, та наданні медичної допомоги хворим. Недостатня координація та неефективне використання ресурсів могли призвести до серйозних проблем у боротьбі з пандемією, що могло негативно відобразитися на іміджі обласної державної адміністрації та владних структур загалом.

Узагальнюючи, неефективне управління кризовими ситуаціями в ДОДА може стати серйозною загрозою для формування позитивного іміджу органу публічної влади. Вирішення цієї проблеми вимагає відповідної підготовки, координації та оперативності у діях з боку владних структур.

Технічна база є важливим аспектом роботи будь-якої установи, включаючи і ДОДА. Застаріла технічна база може стати серйозною перешкодою у виконанні функцій та завдань адміністрації і негативно вплинути на імідж цього органу публічної влади. Давайте розглянемо детальніше, як це може відбуватися, і які можливі наслідки [13; 20]:

1. Зв'язок з громадськістю: у сучасному світі ефективна комунікація з громадськістю є ключовим аспектом роботи будь-якого органу влади. Застаріла технічна база може ускладнити проведення прес-конференцій, оновлення веб-сайту, електронного обміну інформацією тощо. Наприклад, якщо в ОДА відсутня можливість проводити онлайн-трансляції через застаріле обладнання, це може призвести до втрати можливостей для взаємодії з громадськістю та зменшення довіри до владних структур.

2. Ефективність роботи: застаріла технічна база може суттєво ускладнити роботу працівників адміністрації. Наприклад, застарілі комп'ютери або програмне забезпечення можуть працювати повільно або неправильно, що збільшує час, необхідний для виконання робочих завдань. Це може призвести до затримок у прийнятті рішень або наданні послуг громадянам, що загрожує зниженню якості роботи адміністрації.

3. Кібербезпека: застаріла технічна база часто має слабкі сторони з точки зору кібербезпеки. Наприклад, застаріле програмне забезпечення може мати вразливості, які можуть бути використані хакерами для злову системи та отримання конфіденційної інформації. Зазначене ставить під загрозу якість та безпеку роботи адміністрації, а також може пошкодити її імідж в очах громадськості.

4. Ефективне управління інформацією: застаріла технічна база може ускладнити збереження, обробку та обмін інформацією в адміністрації. Наприклад, застарілі системи електронного документообігу можуть бути неефективними та ненадійними, що ускладнює внутрішній обмін документами та спільну роботу між підрозділами. Це може призвести до збоїв у роботі адміністрації та недосягнення поставлених цілей.

5. Фінансові витрати: постійне утримання застарілої технічної бази також призводить до збільшення витрат на обслуговування та ремонт обладнання. Наприклад, частіше виникають необхідність у виправленні поломок або заміні застарілого обладнання, що збільшує фінансові витрати адміністрації [13; 20].

Розглянемо ситуацію, коли ДОДА планувала провести онлайн-консультації з громадськістю з приводу нових проектів в рамках розвитку області. Застаріла технічна база не забезпечувала необхідної пропускну здатності для проведення таких консультацій, що призвело до їх перенесення або навіть скасування. Це спричинило розчарування серед громадян, оскільки вони не мали можливості висловити свої думки та ідеї щодо подальшого розвитку регіону. Такі ситуації можуть призвести до втрати довіри громадськості до органу влади та створити негативний імідж обласної адміністрації.

Отже, застаріла технічна база може виявитися серйозною проблемою для формування іміджу Дніпропетровської обласної державної адміністрації. Це не лише ускладнює роботу працівників адміністрації та взаємодію з громадськістю, але й ставить під загрозу безпеку та ефективність роботи органу влади. Оновлення технічної бази стає критичною необхідністю для забезпечення ефективного та прозорого управління в регіоні.

ДОДА - це ключовий орган публічної влади, який забезпечує виконання законодавства, реалізацію державної політики та розвиток регіону. Проте, вона, подібно до багатьох інших установ, стикається зі складністю бюрократичних процесів, які часто стають перешкодою у формуванні позитивного іміджу.

Однією з ключових проблем бюрократії є висока ступінь формалізму та регламентації у вирішенні питань. Наприклад, процес отримання дозволів на будівництво або відкриття бізнесу може бути заплутаним через велику кількість необхідних документів та процедур. Це може призводити до затримок у розвитку проектів та негативно впливати на інвестиційний клімат регіону. Приміром, підприємець, який прагне відкрити новий бізнес у Дніпропетровській області, може зіткнутися з великою кількістю бюрократичних перешкод, таких як отримання дозволів від контролюючих органів, вирішення питань з орендою та земельними правами тощо.

Недостатня прозорість та відкритість у прийнятті рішень є ще однією проблемою. Багато рішень у сфері публічного управління приймаються без

широкого обговорення з громадськістю або залучення її до процесу, що може породжувати відчуття відчуження серед громадян та погіршувати довіру до влади. Наприклад, планування інфраструктурних проектів часто проводиться без консультації з місцевими мешканцями, що може призвести до конфліктів та невдоволення з боку громади. Окрім цього, важливою проблемою є відсутність ефективної системи контролю за діяльністю чиновників та управлінськими процесами. Відсутність механізмів внутрішнього контролю може сприяти корупції та недбалості з боку посадових осіб. Наприклад, недостатня перевірка декларацій має можливість сприяти накопиченню неправомірних благ.

Крім того, бюрократія в органах влади часто характеризується недостатньою ефективністю та повільністю в прийнятті рішень. Звідси можуть випливати проблеми з вчасним реагуванням на надзвичайні ситуації або потреби громадян. Наприклад, управління екологічними кризами чи реагування на негативні соціальні явища може бути ускладненим через перевантаженість процедур та відсутність механізмів швидкого реагування [15].

Узагальнюючи, бюрократія в ДОДА має свої проблеми, які впливають на формування її іміджу. Недоліки у формалізмі, прозорості, контролі та ефективності можуть призводити до втрати довіри громади та негативно впливати на розвиток регіону.

Тривалий розгляд справ є ще однією серйозною проблемою, з якою зіштовхується бюрократія в ДОДА. Часто вирішення навіть найбільш простих питань може займати значно більше часу, ніж очікується. Наприклад, процес отримання дозволів або затвердження проектів може бути вкрай затягнутим через бюрократичні процедури та нестабільність у роботі відповідних відділів. Це може суттєво уповільнити розвиток інфраструктури, виконання інвестиційних проектів та загалом спричинити втрату можливостей для розвитку регіону. Додатково, тривалий розгляд справ може також стати причиною затримок у вирішенні невідкладних питань, таких як надання допомоги під час надзвичайних ситуацій або управління кризовими ситуаціями.

Недостатня оперативність у вирішенні таких справ може мати серйозні наслідки для безпеки та благополуччя громади [8; 14; 36].

Отже, тривалий розгляд справ у бюрократичних процесах стає ще однією перешкодою для ефективного функціонування та позитивного іміджу Дніпропетровської обласної державної адміністрації. Швидке та ефективне вирішення справ стає важливим завданням для поліпшення роботи владних структур та задоволення потреб громади.

Відсутність адекватних соціальних послуг у Дніпропетровській області не лише створює проблеми для мешканців, а й має серйозні наслідки для іміджу місцевої державної адміністрації. Незадовільне надання соціальних послуг може викликати негативну реакцію громади та породжувати недовіру до владних структур. Наприклад, відсутність адекватних медичних послуг у сільських районах області може призвести до того, що мешканці будуть змушені шукати допомогу в інших регіонах або навіть звертатися до приватних медичних закладів, що накладатиме додаткове фінансове навантаження на їх бюджети. Такі ситуації можуть бути публічно оприлюднені через соціальні мережі або місцеві ЗМІ, що призведе до загального негативного сприйняття роботи органів влади. Крім того, недостатня якість освітніх послуг може призвести до зниження рівня освітленості в області та зменшення конкурентоспроможності її економіки. Наприклад, якщо школи не забезпечують якісну підготовку учнів, то молодь може виїжджати з регіону у пошуках кращих можливостей для навчання та працевлаштування, що негативно позначиться на соціально-економічному розвитку області [15].

У таких ситуаціях важливо, щоб державна адміністрація приділяла належну увагу питанням надання соціальних послуг та активно впроваджувала заходи для поліпшення ситуації. Це може бути досягнуто через вдосконалення системи управління, залучення додаткових ресурсів та розробку програм сприяння розвитку соціальної сфери. Такий підхід допоможе не лише забезпечити ефективне функціонування державних структур, а й покращити імідж владних органів в очах громади [31; 40].

У ДОДА можна спостерігати погану медіа-стратегію, яка негативно впливає на формування іміджу цього органу публічної влади. Однією з основних проблем є відсутність системної роботи зі засобами масової інформації та недостатня увага до власного образу у громадському просторі.

Прикладом цієї проблеми може бути ситуація з негативними новинами про діяльність адміністрації, які часто отримують широкий резонанс у медіа. Недостатня реакція на такі події або навіть їх ігнорування може призвести до погіршення іміджу у громадськості. Наприклад, якщо влада не вміло комунікується щодо важливих суспільних питань або не вміє ефективно пояснювати свої дії та рішення, це може спричинити втрату довіри громадськості. Крім того, відсутність чіткої стратегії у спілкуванні з громадськістю може призвести до ситуацій, коли інформація про діяльність адміністрації не доходить до громадян або сприймається неправильно. Наприклад, якщо адміністрація не використовує всі доступні канали комунікації для інформування громадськості, це може призвести до зростання чуток та непорозумінь.

Для вирішення цих проблем необхідно розробити комплексну медіа-стратегію, яка б враховувала всі аспекти спілкування з громадськістю. Це може включати в себе регулярну інформаційну роботу з пресою, активне використання соціальних медіа, організацію відкритих заходів та зустрічей з громадянами, а також постійне відстеження і реагування на медійну обстановку [23; 42].

В ДОДА політичні впливи є не лише явищем, але й серйозною проблемою у формуванні іміджу цього органу публічної влади. Вони виявляються у багатьох аспектах діяльності адміністрації, починаючи від процесів ухвалення стратегічних рішень і закінчуючи комунікаційною політикою. Одним із яскравих прикладів політичних впливів є формування кадрової політики. У багатьох випадках призначення на ключові посади може залежати не лише від кваліфікації кандидата, але й від політичних зв'язків та впливу певних політичних груп або осіб. Це може призвести до того, що на

керівні посади потрапляють не завжди найкомпетентніші кандидати, що негативно впливає на ефективність роботи адміністрації та її імідж серед громадян. Ще одним аспектом є вплив політичних груп на прийняття стратегічних рішень. Замість врахування інтересів громадян і об'єктивних факторів, рішення можуть прийматися відповідно до політичних амбіцій та потреб окремих політичних груп чи лідерів. Це може призвести до виникнення корупційних схем, неефективного використання ресурсів та загрози для розвитку регіону. Крім того, політичні впливи відображаються і на комунікаційній політиці адміністрації. Замість відкритого та прозорого діалогу з громадськістю, може спостерігатися спроба маніпулювання інформацією та зміщення акцентів з метою забезпечення певного політичного рейтингу. Це може призвести до втрати довіри громадян до органів влади та загострення соціально-політичних конфліктів [31].

Усі представлені вище приклади свідчать про те, що політичні впливи у Дніпропетровській обласній державній адміністрації не лише порушують принципи демократії та правової держави, але й становлять серйозну загрозу для розвитку регіону та формування позитивного іміджу органу публічної влади [31].

У ДОДА соціальні конфлікти виступають серйозною проблемою у формуванні іміджу цього органу ПВ. Такі конфлікти можуть виникати з різних причин, таких як невирішені соціально-економічні проблеми, невдоволення громадян діями адміністрації, або незадоволення їхніми рішеннями. Наприклад, одним з основних джерел соціальних конфліктів може бути невідповідність дій адміністрації очікуванням та потребам громадян. Якщо влада приймає рішення, які не враховують інтереси певних соціальних груп або порушують їхні права, це може викликати протести та конфлікти. Наприклад, зростання тарифів на комунальні послуги без адекватного підвищення якості цих послуг може спричинити масові протести та невдоволення серед населення. Крім того, соціальні конфлікти можуть виникати із-за недостатньої транспарентності та відкритості діяльності державної адміністрації. Якщо громадяни не отримують

достатньої інформації про прийняті рішення, процес їх ухвалення, або не мають можливості впливати на ці рішення через відсутність механізмів громадського участі, це також може викликати соціальні протистояння. Наприклад, прийняття рішень про будівництво інфраструктурних об'єктів без консультацій з місцевим населенням може призвести до масових протестів та конфліктів.

Усі вищенаведені приклади свідчать про те, що соціальні конфлікти в Дніпропетровській обласній державній адміністрації є серйозною проблемою, яка негативно впливає на імідж цього органу публічної влади. Для подолання цих конфліктів необхідно здійснювати політику відкритості, транспарентності та громадської участі, а також враховувати інтереси різних соціальних груп при прийнятті рішень.

Однією з основних складових успішної діяльності будь-якого владного органу є кваліфікованість та компетентність його кадрів. Проте, в обласній державній адміністрації зазнають деяких викликів у залученні, утриманні та розвитку кадрів на високому рівні. Однією з проблем є недостатня кількість фахівців у ключових галузях. Наприклад, у сфері інформаційних технологій, економіки, транспорту тощо може бути недостатньо кваліфікованих працівників, що ускладнює вирішення важливих завдань обласної адміністрації та породжує загрозу для розвитку регіону [30; 42].

Ще однією проблемою є відтік кваліфікованих кадрів за межі регіону або країни, особливо зараз під час війни. Кращі спеціалісти часто шукають кар'єрні можливості у більш розвинених регіонах або закордоном, що створює дисбаланс у кадровому забезпеченні та ускладнює завдання по підтримці стабільності та розвитку області. Також, іноді можуть виникати проблеми з професійною компетентністю та етичною поведінкою окремих працівників обласної адміністрації, що негативно впливає на імідж органу влади в цілому. Наприклад, скандальні випадки корупції або неефективного використання бюджетних коштів можуть порушити довіру громадян до владних структур.

Для вирішення цих проблем необхідно вжити комплексних заходів. Це може бути посилення інвестицій у розвиток кадрового потенціалу регіону,

створення стимулів для збереження та приваблення кваліфікованих працівників, впровадження програм професійного навчання та підвищення кваліфікації, а також зміцнення контролю за діяльністю працівників з метою попередження корупційних випадків. Тільки таким чином Дніпропетровська обласна державна адміністрація зможе покращити свій імідж і ефективність діяльності.

ДОДА стикається з серйозною проблемою - недоліками в інфраструктурі, яка має значний вплив на імідж цього органу публічної влади. Однією з основних проблем є стан доріг. Відремонтовані частини доріг швидко пошарпаються, вибоїни і ями стають настільки великими, що перешкоджають нормальному руху автотранспорту. Це не лише затримує транспорт, але і призводить до аварій, травмування людей та збитків. Гострою проблемою є недостатня розвиненість громадського транспорту. Низька доступність автобусних маршрутів, затримки та некомфортні умови перевезення створюють негативний імідж управлінців і влади в цілому. Наприклад, пасажирів, що користуються громадським транспортом, часто скаржаться на незручний графік руху, недостатню кількість маршрутів і відсутність комфортабельних салонів [31]. Крім того, недостатньо уваги приділяється розвитку інфраструктури для мешканців з обмеженими можливостями. Брак пандусів, ліфтів у громадських будівлях, недостатня кількість зупинок з підйомом для інвалідних візків ускладнює їх щоденне життя та обмежує їх доступ до різних послуг [31].

Наведені приклади відображають реальні проблеми, з якими стикається Дніпропетровська обласна державна адміністрація. Недоліки в інфраструктурі мають прямий вплив на життя мешканців області і формують негативний імідж управлінців. Розв'язання цих проблем вимагає комплексного підходу та ефективного управління ресурсами.

Основні проблеми формування іміджу органу ПВ та їх причини систематизовані в табл. 2.1. Представлена таблиця допоможе систематизувати основні проблеми та причини, що впливають на формування іміджу органу ПВ, і може бути корисною для розробки стратегій їх вирішення.

Таблиця 2.1 – Основні проблеми формування іміджу органу ПВ та їх причини

Проблема	Причина
Недовіра населення	Історичні випадки корупції, зловживання владою, недостатня прозорість
Низька прозорість	Відсутність відкритих даних, недостатня звітність перед громадськістю
Корупція	Неефективний контроль, відсутність механізмів запобігання корупції
Низька ефективність комунікацій	Недостатня увага до PR-стратегії, відсутність професійних комунікаторів
Брак професіоналізму	Недостатня підготовка кадрів, відсутність навчання та підвищення кваліфікації
Конфлікти всередині органу влади	Відсутність належного управління персоналом, внутрішні політичні суперечки
Неефективне управління кризовими ситуаціями	Відсутність планів реагування на кризи, недостатня підготовка та ресурси
Застаріла технічна база	Брак фінансування на оновлення технологій, відсутність інноваційної стратегії
Бюрократія та тривалий розгляд справ	Застарілі процедури, відсутність автоматизації процесів
Незадоволення соціальними послугами	Недостатнє фінансування, низька якість наданих послуг
Погана медіа-стратегія	Відсутність стратегічного підходу до медіа, недостатній контакт із ЗМІ
Політичні впливи	Зовнішні політичні тиски, втручання в оперативну діяльність
Соціальні конфлікти	Відсутність діалогу з громадськістю, нездатність враховувати інтереси різних соціальних груп
Проблеми з кадрами	Високий рівень плинності кадрів, відсутність мотивації та професійного зростання
Погана інфраструктура	Недостатнє фінансування на розвиток інфраструктури, застарілі системи управління

Окрім систематизованого вище переліку проблем, за дослідженням, проведеним і викладеним у [30], для формування позитивного іміджу органу ПВ має бути на високому рівні безпосередньо держу правління (табл. 2.2).

Коли влада показує свою непохитну готовність реагувати на порушення закону без винятків чи привілеїв для будь-кого, це сприяє відчуттю рівності перед законом і підтримує довіру громадськості до системи. Чітке демонстрування того, що навіть представники влади не можуть уникнути відповідальності за свої дії, підсилює віру в справедливість і праворучність державних органів.

Таблиця 2.2 – Бажані та фактичні риси держуправління

Риса державного управління	Бажані риси, % респондентів	Фактично наявні риси, % респондентів
Невідворотність покарання за порушення закону	93	25
Створення інформаційних ресурсів / порталів	90	43
Швидкість отримання послуг	88	33
Зручні ЦНАПИ	87	44
Ввічливість держслужбовців у спілкуванні	86	38
Завчасне і зрозуміле доведення до відома населення змін у законах	86	32

Джерело: [30]

Крім того, невідворотність за порушення закону свідчить про високий стандарт етичних і професійних цінностей, які приймаються в органах влади. Вона підкреслює відданість принципам законності та правопорядку, що є важливим елементом будь-якої демократичної системи, що також сприяє збереженню довіри громадськості і зменшує ризик корупції та зловживання владою. Отже, коли органи влади демонструють невідворотність за порушення закону, це сприяє позитивному іміджу цих органів в очах громадськості, підвищує рівень довіри до них і сприяє зміцненню правової держави.

Швидкість отримання послуг від органу публічної влади є критичним чинником у формуванні позитивного іміджу цього органу в очах громадян та суспільства загалом. Коли люди отримують потрібні їм послуги оперативно і без зайвих перешкод, вони відчують, що їхні потреби та проблеми враховуються та вирішуються ефективно, що створює враження про компетентність та прозорість діяльності органу влади. Крім того, швидкість отримання послуг сприяє підвищенню рівня задоволення громадян від взаємодії з органом влади. Коли процес отримання послуг не затягується, люди відчують себе поважними та важливими для системи. Це може вплинути на їхню загальну довіру до державних інституцій та бажання активно брати участь

у громадському житті. Швидкість отримання послуг від органу публічної влади допомагає забезпечувати ефективне функціонування суспільства в цілому. Швидкий доступ до необхідних ресурсів та інформації сприяє швидкому розв'язанню проблем та прийняттю важливих рішень.

Отже, швидкість отримання послуг від органу публічної влади не лише покращує якість життя громадян, але й грає ключову роль у формуванні позитивного іміджу цього органу, сприяючи підвищенню довіри громадськості та підтримці демократичних цінностей.

Центри надання адміністративних послуг (ЦНАП) утворюють ключовий аспект адміністративно-бюрократичного апарату органів публічної влади, спрямований на оптимізацію та поліпшення процедур надання адміністративних послуг для громадян. Вони виступають не лише місцем виконання ряду адміністративних процедур, але й інструментом формування позитивного іміджу державного апарату. Основними принципами функціонування ЦНАП є доступність та ефективність. Центри розташовані у стратегічних локаціях з метою забезпечення легкості доступу для громадян, і зазвичай функціонують за гнучкими графіками, адаптованими до потреб користувачів. Це сприяє зниженню бар'єрів для доступу до адміністративних послуг та забезпеченню їх швидкої та ефективної надання. Однією з ключових переваг ЦНАП є їхня здатність забезпечувати інтегроване надання різноманітних послуг, що спрощує процес отримання необхідних адміністративних документів для громадян. Це досягається завдяки злиттю різних адміністративних процедур у єдиний центр, що забезпечує громадянам більшу зручність та ефективність у взаємодії з державним апаратом. Надто важливою є відкритість та прозорість у роботі ЦНАП. Вони створюють середовище, де громадяни можуть отримати необхідну інформацію щодо процедур та правил надання адміністративних послуг, що сприяє підвищенню рівня довіри до діяльності державних органів. Отже, ЦНАП відіграють ключову роль у формуванні позитивного іміджу органів публічної влади, забезпечуючи

громадянам доступність, ефективність та прозорість у наданні адміністративних послуг [31].

Законодавчі зміни можуть впливати на кожного з нас, і їхні наслідки можуть бути важливими. Але для того, щоб громадяни сприйняли ці зміни позитивно, важливо виявити їм їхню значущість та переваги. Перш за все, щоб громадяни розуміли та підтримували законодавчі зміни, важливо відкрито та зрозуміло спілкуватися з ними. Іншими словами, що влада повинна викладати інформацію про зміни у доступній формі, без складних технічних термінів і параграфів, що заплутують. Громадяни повинні легко зрозуміти, які саме зміни відбулися, як вони впливають на їхні повсякденні життя та чому ці зміни є важливими для суспільства в цілому. Подальшим ключовим аспектом є роз'яснення мотивацій за зміни. Громадяни повинні бачити, що законодавчі зміни не лише реакція на поточні проблеми, але і стратегічна дія, спрямована на покращення якості життя всіх громадян. Пояснення того, які конкретні проблеми вирішує нове законодавство і як воно сприятиме загальному благу, допоможе збільшити підтримку серед громадян. Також важливою є прозорість у процесі прийняття законодавчих змін. Громадяни повинні бачити, що рішення приймаються відкрито, з урахуванням думки громадськості та відповідно до демократичних принципів, що сприятиме збереженню довіри до владних органів та збільшить легітимність ухвалених рішень. Відтак важливо не лише роз'яснювати, але й слухати. Влада повинна бути відкритою для обговорення законодавчих змін і готова приймати відгуки та пропозиції від громадян. Це підсилює відчуття громадянської участі та залучення до процесу прийняття рішень [9; 14; 31; 42].

Таким чином, ефективне спілкування, роз'яснення мотивів, прозорість та відкритість для обговорення є ключовими компонентами успішного формування позитивного іміджу органу публічної влади в контексті законодавчих змін.

2.3 Пропозиції щодо формування іміджу органу публічної влади на основі комплексного підходу

Формування іміджу органу ПВ потребує комплексного підходу, що поєднує високий рівень внутрішньої організації, сучасні технології комунікації, активну взаємодію з громадськістю та медіа, а також дотримання етичних норм та принципів прозорості і відповідальності. Тільки завдяки такому системному підходу можливо забезпечити стійкий позитивний імідж, що сприятиме ефективному виконанню функцій органу та підвищенню довіри з боку суспільства [42].

Так, насамперед, важливо забезпечити високу якість роботи самого органу, що передбачає ефективне управління, професіоналізм працівників, відповідальність та відкритість. Прозорість діяльності органу є ключовим елементом у цьому контексті, адже вона сприяє зростанню довіри з боку громадськості. Окрім цього, необхідно впроваджувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології для забезпечення оперативності та доступності інформації. Це включає створення зручних та інформативних веб-сайтів, активне використання соціальних мереж та інших цифрових платформ для взаємодії з громадянами. Така комунікація повинна бути двосторонньою, забезпечуючи можливість громадянам не лише отримувати інформацію, але й висловлювати свої думки та пропозиції, що створює відчуття залученості та участі у процесах прийняття рішень.

Крім того, важливим є регулярне проведення соціальних досліджень та опитувань громадської думки, що має дозволити отримувати зворотний зв'язок, розуміти потреби та очікування громадян, а також оперативно реагувати на негативні тенденції чи критику. Результати таких досліджень мають враховуватися при розробці стратегій розвитку та корегуванні діяльності органу [36].

Значну роль у формуванні позитивного іміджу відіграє також співпраця з медіа. Прозорість та відкритість у відносинах з журналістами, організація прес-

конференцій, брифінгів, інтерв'ю та інших заходів сприяють формуванню позитивного інформаційного поля навколо діяльності органу. Важливо, щоб медіа отримували достовірну та об'єктивну інформацію, що знижує ризик поширення чуток та недостовірних даних [6; 18].

Окремо варто зазначити значення корпоративної культури та етичних норм у формуванні іміджу. Дотримання високих моральних стандартів, справедливність, рівноправність та повага до прав людини є фундаментальними принципами, які повинні бути в основі діяльності органу публічної влади. Це не лише підвищує внутрішню згуртованість колективу, але й зміцнює довіру громадян до органу [6; 19].

Вочевидь, що формування іміджу органу ПВ повинно включати імідж керівника цього органу. Інтеграція особистого та професійного іміджу керівника створює цілісний образ, що сприяє формуванню позитивного сприйняття його діяльності як з боку внутрішніх співробітників організації, так і зовнішніх партнерів та громадськості. Важливою складовою цього процесу є комунікаційна стратегія, яка включає не лише традиційні засоби масової інформації, але й сучасні цифрові платформи. Прозорість, відкритість до зворотного зв'язку та активна участь у громадському житті є критичними факторами, що забезпечують успішне формування іміджу керівника (рис. 2.1).

З урахуванням цього, можна виділити 4 базові складники комплексного підходу до формування іміджу в органах ПВ (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Складники комплексного підходу до формування іміджу в органах ПВ

Концептуальна складова	Структурно-функціональна складова	Інструментально-технологічна складова	Результативно-оцінювальна складова
Цілі, наукові підходи і принципи формування іміджу	Структура, зміст, складові, функції іміджу керівника	Процедури, інструменти технології	Оцінювання результатів формування іміджу



Рис. 2.1 – Складники іміджу керівника органу виконавчої влади [6]

Цілі формування позитивного іміджу органу ПВ полягають у зміцненні довіри громадськості, підвищенні легітимності його діяльності та забезпеченні ефективної взаємодії з населенням. Основною метою є створення стійкого, позитивного сприйняття серед громадян, що сприяє підтримці ініціатив та рішень органу ПВ, а також формуванню його репутації як компетентного і справедливого інституту.

Наукові підходи до формування позитивного іміджу включають використання теорії комунікації, соціальної психології та маркетингу, що дозволяє розробити стратегії впливу на громадську думку та підвищити ефективність інформаційної діяльності. Зокрема, застосування методів соціологічних досліджень дає змогу визначити поточний рівень довіри до органу влади та виявити основні проблеми в комунікації з громадськістю. Принципи формування позитивного іміджу базуються на відкритості,

прозорості, відповідальності та професіоналізмі. Відкритість передбачає активне інформування громадськості про діяльність органу влади, доступність інформації та готовність до діалогу. Прозорість забезпечується шляхом надання чіткої та зрозумілої інформації про прийняті рішення та їх наслідки. Відповідальність означає виконання обіцянок, дотримання норм права та етичних стандартів. Професіоналізм включає компетентність працівників, якість виконання завдань та ефективність управлінських рішень. Таким чином, формування позитивного іміджу органу публічної влади є багатограним процесом, що потребує системного підходу, використання сучасних методів комунікації та постійного аналізу взаємодії з громадськістю [42].

Імідж органу ПВ виконує кілька важливих функцій, що мають суттєве значення як для самого органу, так і для суспільства в цілому. Однією з основних функцій є формування довіри громадян до державних інституцій. Це досягається шляхом створення позитивного уявлення про діяльність органу, його професіоналізм, ефективність та відкритість. Довіра, у свою чергу, сприяє підвищенню легітимності влади, що є необхідною умовою для стабільного функціонування державних інституцій [6; 9].

Другою важливою функцією іміджу є комунікативна. Вона полягає в тому, що імідж слугує своєрідним посередником між органом публічної влади та суспільством, забезпечуючи зворотний зв'язок і сприяючи кращому розумінню громадянами цілей, завдань і результатів діяльності цього органу. Ефективна комунікація сприяє формуванню позитивного іміджу, що, в свою чергу, покращує взаємодію між владою та населенням [6; 14].

Інформаційна функція іміджу органу ПВ полягає у забезпеченні прозорості його діяльності. Завдяки позитивному іміджу орган може більш ефективно інформувати громадськість про свої рішення, досягнення та проблеми. Це дозволяє громадянам отримувати об'єктивну інформацію про роботу органу, що сприяє підвищенню рівня обізнаності та участі населення у процесах державного управління [25].

Мотиваційна функція іміджу ПВ є також важливою, оскільки позитивний імідж сприяє підвищенню мотивації як серед працівників органу, так і серед громадян. Для працівників позитивний імідж органу означає визнання їхньої праці та професійних досягнень, що стимулює їх до подальших успіхів та підвищення ефективності роботи. Для громадян позитивний імідж влади може слугувати мотиватором для активної громадянської участі, сприяючи формуванню почуття гордості за свою державу та довіри до її інституцій.

Важливою є також функція стабілізації, яка полягає у здатності позитивного іміджу ПВ зменшувати соціальну напругу та конфлікти. У періоди кризових ситуацій, коли довіра до органів влади може бути підірвана, позитивний імідж здатний підтримувати стабільність і запобігати паніці та соціальній дезорганізації. Стабілізуюча роль іміджу стає особливо актуальною в умовах політичних або економічних криз, коли необхідно підтримувати суспільний порядок і злагоду.

Важливу роль у формуванні іміджу ПВ відіграє проведення соціологічних досліджень, які дозволяють зрозуміти очікування та потреби громадян, виявити проблемні аспекти у діяльності органу влади та розробити відповідні коригувальні заходи. Соціологічні опитування, фокус-групи та аналіз медіа-контенту є основними методами збору інформації, що допомагають формувати ефективну комунікаційну стратегію.

Сучасні технології відіграють ключову роль у побудові позитивного іміджу органу публічної влади. Інтернет та соціальні мережі стали важливими платформами для взаємодії з громадськістю, забезпечуючи зворотний зв'язок та оперативність у поширенні інформації. Використання офіційних веб-сайтів, сторінок у соціальних мережах, блогів та інших онлайн-ресурсів дозволяє органам влади підтримувати постійний контакт з громадянами, швидко реагувати на їхні запити та формувати прозорий імідж.

Крім того, важливим аспектом є робота зі ЗМІ, що включає проведення прес-конференцій, брифінгів, надання прес-релізів та організацію інтерв'ю з представниками влади. Активна медіа-політика допомагає досягти широкого

охоплення аудиторії та формувати позитивні асоціації з діяльністю органу влади.

Не менш значущими є інструменти маркетингових комунікацій, зокрема, реклама, публічні заходи, спонсорство та участь у соціальних проектах. Такі заходи сприяють підвищенню видимості органу влади, формуванню його репутації як соціально відповідальної інституції та зміцненню довіри громадян.

Таким чином, формування іміджу органу ПВ є результатом комплексного застосування стратегічного планування, соціологічних досліджень, сучасних технологій комунікацій та активної взаємодії зі ЗМІ та громадськістю. Ефективне поєднання цих елементів дозволяє створити позитивний образ органу влади, що сприяє зміцненню його легітимності та довіри з боку суспільства.

Оцінювання результатів формування іміджу органу ПВ включає як кількісні, так і якісні методи дослідження. Одним з основних аспектів цього оцінювання є визначення рівня довіри та задоволеності громадськості діяльністю даного органу. Цей показник є ключовим, оскільки імідж органу ПВ багато в чому залежить від того, як його сприймають громадяни. Для отримання цих даних використовуються соціологічні опитування та анкетування, що дозволяють виявити громадську думку про ефективність, прозорість та компетентність органу влади.

Аналіз медійного контенту також відіграє важливу роль у оцінюванні іміджу. Це передбачає моніторинг засобів масової інформації з метою визначення частоти та тональності згадувань про діяльність органу публічної влади. Позитивні згадування сприяють покращенню іміджу, тоді як негативні можуть свідчити про проблеми у комунікаційній стратегії чи реальних недоліках в роботі органу. До цього ж аспекту належить і аналіз активності органу у соціальних мережах, де взаємодія з громадськістю може бути більш безпосередньою та оперативною.

Важливим елементом оцінювання є дослідження репутаційного капіталу, який орган ПВ накопичує протягом своєї діяльності. Репутаційний капітал

можна розглядати як сукупність усіх позитивних і негативних аспектів, які впливають на сприйняття органу. Він включає історичний контекст, наявність та ефективність антикорупційних заходів, прозорість у прийнятті рішень, а також якість надання послуг населенню.

Значний вплив на формування іміджу має також внутрішня комунікація органу ПВ. Оцінювання внутрішнього клімату, рівня задоволеності та мотивації працівників, їхньої лояльності до організації може вказати на можливі внутрішні проблеми, які потенційно можуть вплинути на зовнішній імідж. У цьому контексті використовуються методи опитувань та інтерв'ю з працівниками, а також аналіз внутрішньої документації та комунікаційних практик.

Ефективність іміджевих кампаній також оцінюється через аналіз досягнення конкретних цілей, встановлених на початку кампанії. Це можуть бути цілі, пов'язані з підвищенням рівня поінформованості про діяльність органу, покращенням сприйняття конкретних реформ чи ініціатив, або збільшенням взаємодії з громадськістю. Вимірювання досягнення цих цілей здійснюється через порівняння початкових та кінцевих показників за допомогою різних методів збору даних, включаючи опитування, аналіз веб-статистики та інші релевантні індикатори.

Відтак, оцінювання результатів формування іміджу органу ПВ є комплексним процесом, що включає аналіз громадської думки, медійного контенту, внутрішнього клімату організації та досягнення конкретних іміджевих цілей. Використання різноманітних методів дослідження дозволяє отримати всебічну картину сприйняття органу та ефективності його комунікаційних стратегій, що є необхідним для постійного покращення іміджу та довіри громадськості.

Тож комплексний підхід до формування іміджу органу ПВ включає механізми і технології формування іміджу. При чому контрольний механізм не є заключним етапом, оскільки запропоновано до комплексного підходу включити імідж-аудит (рис. 2.2).



Рис.2.2 – Комплексний підхід до формування іміджу органу ПВ (адаптовано автором за [6])

Імідж-аудит органу публічної влади являє собою комплексний процес аналізу та оцінки сприйняття цього органу серед різних груп населення та зацікавлених сторін. Основною метою цього аудиту є визначення сильних і слабких сторін іміджу, виявлення можливих кризових точок і розробка рекомендацій для покращення репутації органу. Цей процес включає декілька етапів, кожен з яких має свою специфіку і важливість для загальної картини.



Рис.2.3 – Процес імідж-аудиту

Перший етап імідж-аудиту полягає у зборі даних, який включає як кількісні, так і якісні методи дослідження. Анкетування, інтерв'ю, фокус-групи та аналіз медіа-контенту дозволяють отримати широке уявлення про те, як громадськість сприймає діяльність органу. На цьому етапі важливо враховувати різні соціальні групи, професійні спільноти та регіональні особливості, адже кожна з них може мати свої унікальні очікування та претензії до роботи органу публічної влади [6].

Другий етап включає систематизацію та аналіз зібраної інформації. Це дозволяє виявити основні тенденції, загальні настрої та ключові фактори, що впливають на формування іміджу. Аналіз даних проводиться за допомогою різних методів статистичного та контент-аналізу, що дозволяє виявити

закономірності та причини певних сприйнять. Важливим аспектом є порівняння результатів з попередніми дослідженнями, що дозволяє оцінити динаміку змін у сприйнятті [6].

Третій етап – інтерпретація результатів та формулювання висновків. На цьому етапі дослідники формують чітке розуміння того, які аспекти діяльності органу сприймаються позитивно, а які викликають негативні реакції. Важливим є виявлення конкретних причин негативного сприйняття, таких як недостатня прозорість діяльності, низький рівень комунікації з громадськістю, або ж невиконання обіцянок [6].

Четвертий етап полягає у розробці рекомендацій щодо покращення іміджу органу. Ці рекомендації можуть включати як стратегічні зміни, так і тактичні заходи. Наприклад, підвищення прозорості та відкритості діяльності, поліпшення комунікаційної стратегії, активне залучення громадськості до процесу прийняття рішень, та покращення якості надання послуг. Особливу увагу слід приділяти кризовим ситуаціям і розробці планів з антикризового менеджменту [6].

Завершальним етапом є впровадження розроблених рекомендацій та моніторинг їх ефективності, що дозволяє не лише покращити поточний стан іміджу, але й створити основу для його стабільного підтримання в майбутньому. Регулярні повторні аудити допомагають відстежувати зміни в сприйнятті органу публічної влади та оперативно реагувати на нові виклики [36].

Таким чином, імідж-аудит органу публічної влади є важливим інструментом управління репутацією, який сприяє підвищенню ефективності його діяльності та зміцненню довіри громадськості. Він дозволяє не лише виявити існуючі проблеми, але й розробити конкретні заходи для їх усунення, що в кінцевому результаті сприяє покращенню взаємодії між органом влади та суспільством.

ВИСНОВКИ

Імідж як наукове поняття включає в себе комплекс взаємопов'язаних складників, серед яких сприйняття, символічні аспекти, комунікація, емоційний компонент, інформаційна основа та контекстуальні фактори. Кожен з цих складників відіграє важливу роль у формуванні загальної картини іміджу і потребує ретельного аналізу та управління. Розуміння цих елементів дозволяє ефективно створювати, підтримувати та змінювати імідж у відповідності до стратегічних цілей та зовнішніх умов.

Виявлено, що єдиного погляду на поняття імідж органу ПВ відсутнє. У роботі прийнято, що імідж органу ПВ – це сукупність уявлень, стереотипів і асоціацій, які формуються у суспільстві стосовно певного державного органу або установи. Цей імідж впливає на те, як громадяни сприймають діяльність органу, його компетентність, ефективність та надійність. Формування позитивного іміджу є важливим аспектом роботи будь-якого органу публічної влади, оскільки він сприяє довірі населення, покращує комунікацію між владою та громадянами, а також підвищує загальну ефективність державного управління.

Систематизовано основні фактори, що впливають на імідж органу ПВ: прозорість діяльності, ефективність роботи, комунікація, професіоналізм працівників, соціальна відповідальність, репутаційні ризики (мінімізація скандалів, корупційних справ та інших негативних ситуацій, що можуть вплинути на імідж). Позитивний імідж сприяє підвищенню рівня довіри населення до державних установ і органів, що, в свою чергу, полегшує реалізацію державних програм та політик.

Показано, що імідж держслужбовця формується через поєднання професійної компетентності, етичних стандартів, особистих якостей, зовнішнього вигляду та здатності до інновацій. Всі ці елементи взаємодіють, створюючи цілісне враження про державного службовця як представника

держави, який виконує свої обов'язки на високому рівні, сприяючи розвитку суспільства та підвищенню довіри громадян до державних інституцій.

Показано, що імідж Дніпропетровської обласної державної адміністрації (ДОДА) формується на основі її діяльності, досягнень та комунікацій з громадськістю. Загалом, імідж адміністрації можна охарактеризувати як позитивний, завдяки кільком ключовим аспектам. По-перше, ДОДА активно працює над економічним розвитком регіону, що включає залучення інвестицій, підтримку малого та середнього бізнесу та модернізацію інфраструктури. Вдалі інвестиційні проекти, реалізовані в області, сприяють створенню нових робочих місць та поліпшенню економічного становища, що позитивно впливає на сприйняття адміністрації місцевим населенням та бізнес-спільнотою. По-друге, значну роль у формуванні позитивного іміджу відіграє соціальна політика. ДОДА спрямовує зусилля на підтримку соціально незахищених верств населення, модернізацію медичних установ та покращення якості медичних послуг. Це створює відчуття соціальної справедливості та турботи про людей, що позитивно відображається на репутації адміністрації. По-третє, адміністрація приділяє увагу розвитку освіти та культури, що включає модернізацію навчальних закладів, підтримку талановитої молоді, організацію культурних та спортивних заходів. Це сприяє формуванню культурного та освітнього іміджу регіону як сучасного та прогресивного, що підтримується місцевими жителями. Крім того, ДОДА активно впроваджує екологічні програми, спрямовані на захист навколишнього середовища та зменшення впливу промисловості на екосистему. Це підвищує довіру громадськості до адміністрації та покращує її репутацію. Не менш важливим аспектом є прозорість та відкритість діяльності адміністрації. Регулярне інформування громадськості про прийняті рішення, публічні звіти та залучення громадськості до обговорення важливих питань сприяють формуванню довіри та позитивного сприйняття.

Отже, імідж ДОДА формується як результат ефективної діяльності в економічній, соціальній, освітній, культурній та екологічній сферах, а також завдяки відкритості та прозорості її роботи.

Управління персоналу апарату ДОДА відіграє ключову роль у формуванні її позитивного іміджу як ефективної та надійної державної інституції. Ця функція включає в себе не лише традиційні завдання з управління кадровими ресурсами, а й активну роботу над формуванням, підтриманням та вдосконаленням репутації адміністрації серед громадськості, співробітників та партнерів. По-перше, Управління персоналу відповідальне за підбір, навчання та розвиток кваліфікованих кадрів, що безпосередньо впливає на якість роботи адміністрації. Високий професіоналізм та компетентність співробітників сприяють підвищенню довіри до ДОДА з боку громадян, що, у свою чергу, покращує загальний імідж організації. Для досягнення цього результату Управління персоналу проводить ретельний відбір кандидатів на відкриті вакансії, застосовуючи сучасні методики оцінки та тестування, які дозволяють виявити найкращих фахівців. По-друге, Управління персоналу активно працює над створенням сприятливого робочого середовища та корпоративної культури, що сприяє залученню і утриманню талановитих співробітників. Це включає в себе організацію навчальних програм, тренінгів та семінарів, спрямованих на підвищення кваліфікації працівників, а також розробку і впровадження мотиваційних програм. Дбайливе ставлення до потреб та розвитку персоналу створює позитивний внутрішній імідж адміністрації, який також рефлексується на зовнішній рівень. Крім того, Управління персоналу займається питаннями внутрішніх комунікацій, забезпечуючи ефективний обмін інформацією між різними підрозділами адміністрації. Вчасне та точне інформування співробітників про важливі події, зміни у нормативній базі або внутрішніх процедурах сприяє підвищенню загального рівня обізнаності та залученості персоналу. Це, своєю чергою, позитивно впливає на репутацію ДОДА як організації, що цінує своїх співробітників і підтримує відкритість та прозорість у внутрішніх процесах. Ще одним важливим аспектом

роботи Управління персоналу є взаємодія з громадськістю та зовнішніми партнерами. Через участь у громадських заходах, співпрацю з освітніми установами та громадськими організаціями, а також через активну присутність у медіа-просторі, Управління персоналу сприяє формуванню позитивного іміджу ДОДА. Інформування громадськості про досягнення адміністрації, її ініціативи та проекти допомагає створити позитивний образ компетентної та відповідальної державної структури.

Таким чином, завдяки злагодженій роботі у вищеназваних напрямках, ДОДА успішно підтримує та покращує свій імідж, що є важливим фактором для ефективної діяльності адміністрації в цілому.

Виявлено, що формування іміджу органу публічної влади стикається з численними проблемами, серед яких у роботі виділені наступні: недовіра населення, низька прозорість, корупція, низька ефективність комунікацій, конфлікти всередині органу влади, неефективне управління кризовими ситуаціями, застаріла технічна база, бюрократія та тривалий розгляд справ, незадоволення соціальними послугами, погана медіа-стратегія, політичні впливи, соціальні конфлікти, проблеми з кадрами, погана інфраструктура. Виділені проблеми потребують комплексного підходу для їх вирішення, включаючи реформи, підвищення кваліфікації персоналу, покращення комунікаційної стратегії, та впровадження нових технологій.

Удосконалено комплексний підхід до формування іміджу органу ПВ, який рівнозначно підходить як для досліджуваної ДОДА, так і інших організацій. Його підґрунтям є такі складники: концептуальний, структурно-функціональний, інструментально-технологічний та результативно-оцінювальний. Застосування цих складників дозволило представити комплексний підхід як інтеграцію механізмів (ціннісно-мотиваційного, організаційного, нормативного і контрольного, а також імідж-аудиту) та технологій, технік і інструментів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лінчевська М.Ю., Зубчик О.А. Імідж службовця органу місцевого самоврядування як об'єкт наукового дослідження. *Журнал Наукові інновації та передові технології*. 2023. №5(19). С. 237 – 246.
2. Пантелейчук І. В. Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Альтерпрес, 2011. 316 с.
3. Туриніна О., Ільянова А. Соціально-психологічні механізми функціонування іміджу сучасного лідера в умовах сучасного етапу розвитку українського суспільства. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Психологія*. 2018. Вип. 2. С. 80-84.
4. Колосок С. В. Зв'язки з громадськістю у формуванні іміджу органів державного управління: дис. канд. наук з держ. упр. URL: <http://www.disslib.org/zv-jazky-z-hromadskistju-u-formuvanni-imidzhu-orhanivderzhavnoho-upravlinnja.html>
5. Сунгурова С. Р. Теоретичні основи формування іміджевої складової політичного процесу. *Науковий часопис Академії національної безпеки*. 2018. № 2. С. 89-101.
6. Сусід Ю.І. Формування іміджу керівника в органах виконавчої влади. Одеський державний екологічний університет. Одеса. 2020. 80 с.
7. Бобровник А. Етика державного службовця. 2016. URL: <http://dilegal.ua/etika-derzhanogosluzhbovcya/>
8. Гудзь Є. А. Авторитет як основне поняття соціальних дисциплін. Мультиверсум. *Філософ. альманах*. К. : Центр духов. культури. 2006. № 57. Режим доступу : www.filosof.com.ua.
9. Кадрова політика і державна служба у сфері публічного управління (регіональний аспект) : монографія / [В. М. Мартиненко, С. М. Серьогін, В. О. Євдокимов та ін.] ; за заг. ред. В. М. Мартиненка. Х. : Магістр, 2018. 304 с.

10. Варна Н. В. Іміджологія: навч. посіб. для дистанц. навчання / за наук. ред. В. М. Бебика. Київ: Ун-т «Україна», 2007. 217 с.
11. Дисциплінарний статут митної служби України // Митна енциклопедія : у 2 т. / І. Г. Бережнюк (відп. ред.) та ін.. Хм. : ПП Мельник А. А., 2013. Т. 1 : А — Л. 472 с.
12. Атаманська К. І. Теоретичні аспекти поняття іміджу в наукових дослідженнях. *Проблеми сучасної педагогічної освіти. Педагогіка і психологія*. 2012. Вип. 37 (2). С. 28–32
13. Войтович Р.В. Вплив глобалізації на систему державного управління (теоретикометодологічний аналіз): моногр. / За заг. ред. Д-ра філос. наук, проф. В.М. Князева. К.: Вид-во НАДУ, 2007. 680 с.
14. Гаман Т.В. Роль морально-етичних норм і професіоналізму державних службовців у сучасних умовах. *Університетські наукові записки*. 2009. № 1 (29). С. 366–370.
15. Артишкова І.В. 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», 2020. 216 с.
16. Бойчук Л. В. Оновлені правила поведінки державних службовців . Довідково-інформаційні матеріали. ІФОЦППК. 2011. №5. 20 с.
17. Пантелейчук І. В. Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Альтерпрес, 2011. 316 с.
18. Берницька Д. І., Кравчук Н. О. Ділова репутація як стратегічний чинник розвитку підприємства. URL:www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2011_3/41.pdf
19. Лозовський О. М., Дрончак І. В. Формування іміджу підприємства як елементу конкурентоспроможності. *Молодий вчений*. 2016. № 1(1). С. 101-104.

20. Пономаренко В.С., Ястремська О.О. Управління іміджем підприємства: монографія. Х.: Вид-во ХНЕУ, 2012. 240 С.
21. Волчанська, Г. В., Чорна, О. О. Комунікативний імідж лідера: прикладний аспект. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*. 2019. 1(177). С. 100-104.
22. Соломченко А. А., Кубишина Н. С. Формування іміджу бренду. *Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених*. 2009. Вип. 3. С. 79–81.
23. Осмолівська А. О. Політика формування іміджу України в інформаційному просторі закордонних держав після 2014 р.: Дис. ... доктора філософії в галузі знань 052 «політологія». Донецький національний університет імені Василя Стуса. Вінниця, 2021. 252 с.
24. Beach L. *Image Theory: Theoretical and Empirical Foundations*. London: Routledge, 1998. 296 p.
25. Барна Н. В. Іміджологія: навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. Київ: Університет «Україна», 2008. 217 с.
26. Туристичний імідж регіону : монографія / за ред. А. Ю. Пар-фіненка. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. 312 с.
27. Чебикін О. Я., Ковальова О. О. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу : монографія. Одеса : СВД М. П. Черкасов, 2009. 223 с.
28. Семченко, О. А. Іміджева політика України : монографія. Київ : Академія, 2014. 272 с.
29. Стукан Т.М. Публічна влада: характеристика, ознаки та форми прояву. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2021. № 4 (31).
30. НАДС. Посібник з формування організаційної культури на публічній службі або як скласти пазл вашої організаційної культури. 2021. 172 с.
31. Дніпропетровська обласна державна адміністрація: офіційний сайт. URL: <https://adm.dp.gov.ua>
32. Liubchenko Yu., Miroshnychenko P., Sirinyok-Dolgaryova K., Turakhina O. Political communication in the Post-Truth Era: Mind Mapping Values of Ukraine's

Volodymyr Zelensky. *Communication Today*. 2021. V. 12. Pp. 146- 167. URL: <https://communicationtoday.sk/political-communication-in-the-post-truthera-mind-mapping-values-of-ukraines-volodymyr-zelensky/>

33. Гоцур О. Соціальні мережі і політичний пр в українських та закордонних виборчих кампаніях. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, Львов. 2021. № 2 (2). С. 53–57.

34. Кириченко Г. В. Інформаційно-комунікаційні механізми як інновації в системі формування позитивного іміджу органів державної влади. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія Державне управління*. 2019. Т. 30. №. 69. С. 46–54.

35. Пахнін М. Л. Правові форми взаємодії між органами публічного управління та засобами масової комунікації. *Конференція «Підприємництво, господарство і право»*, Київ. 2019. № 6. С. 178–180.

36. Таран-Лала О.М., Зось-Кіор М.В., Андрусенко М.М. Імідж підприємства як фактор впливу на його конкурентоспроможність. *Агросвіт*. 2020. № 7. С. 18–22.

37. Сміт Р. Д. Стратегічне планування зв'язків з громадськістю. Рутледж, Нью-Йорк, 2020. 6-е видання. С. 658.

38. Топольницька Т. Б. Комунікативний аспект у формуванні іміджу органів публічної влади. *Електронне наукове видання «Економіка та суспільств»*. Мукачево, 2019. Вип. 20. С. 593–598.

39. Шкворченко Н. Репрезентація токсичного іміджу політика в медійному просторі США, Великої Британії й України. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. Одеса, 2021. Т. 20. №. 2. С. 178–192.

40. Samoliuk N., Bilan Y., Mishchuk H., Mishchuk V. Employer brand: key values influencing intention to join the company. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*. 2022. Vol. 17. No. 1. P. 61–72.

41. Компанець К.А., Литвишко Л.О, Артемчук В.О. Вплив маркетингових комунікацій на формування позитивного іміджу підприємств. *Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності* :

матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 14-15 травня 2020 року). Запоріжжя : Політехніка, 2022. С. 246–249.

42. Божок О.Ю. (наук.кер. Міщук Є.В.). Комплексний підхід до формування позитивного іміджу органу публічної влади у цифровому суспільстві. *Сучасний менеджмент : моделі, стратегії, технології* : матеріали XXV Всеукр. щоріч. студент. наук.-практ. конф. за міжнарод. участю. 25 квіт. 2024 р. Одеса : НУ «Одеська політехніка», 2024. С.269-270.

ДОДАТОК А

Класифікація іміджу за ознакою функціональності

За функціональним підходом	
<i>Вид іміджу</i>	<i>Характеристика</i>
Дзеркальний	Імідж, який демонструє уявлення людини про себе саму, оскільки базується на самоаналізі та самооцінці. Його позитивною стороною є те, що на перше місце завжди виставляються гарні сторони людини. Негативним же аспектом є те, що при здійсненні аналізу майже не враховується думка інших. Тому він є найбільш суб'єктивним з видів іміджу за своїм характером, адже практично завжди є позитивним.
Потоковий	Вид іміджу, який проявляється через погляд на об'єкт зі сторони інших людей. В процесі його створення активно застосовуються інструменти паблік рілейшнз, які дають змогу сформуванню потрібний імідж, правильно висвітлити ті чи інші події, усунути проблему недостатньої інформованості про державного службовця та його діяльність, завдяки чому цільова аудиторія зможе позитивно сприймати об'єкт та орган в якому він працює.
Бажаний	Цей вид іміджу відображає те, до чого прагне об'єкт. Тобто, він демонструє той ідеальний образ, яким людина хоче бути в очах інших. Зазначений вид іміджу є надзвичайно важливим для громадських діячів та організацій, починаючих політиків та державних службовців, думка про яких у населення ще не сформувалась. Практично кожна людина знайома з таким підходом, адже його застосовують, коли повідомляють та поширюють інформацію про нові політичні партії чи інші організації.
Корпоративний	Імідж, який показує якість роботи організації в цілому, не виділяючи окремих її складових частин. В цьому випадку особливо важливими є репутація організації, результативність її діяльності тощо. Такий вид іміджу найбільше підходить для опису організацій, партій та об'єднань, які мають розроблену виключно для них символіку.

ДОДАТОК Б

Аналіз досліджень щодо іміджу публічних службовців в деяких країнах Європейського Союзу

Країна	Дата проведення дослідження	Що показало дослідження
Франція	2010-2011 р.р.	їх діяльність серед громадян сприймається досить схвально: 75 % респондентів вважають, що державні службовці чесні та компетентні(69 %), віддані державній службі(67 %) і уважні (63 %)[44]. У 2011 році таке ж схвальне ставлення було підтверджено на презентації, зробленій Головним управлінням з питань державного управління та державної служби [5], зокрема, 75 % респондентів, які мали взаємодію з державними службовцями у сфері освіти, зайнятості, охорони здоров'я, судової системи, навколишнього середовища, стверджували, що вони чесні, 69 % вважали їх компетентними, 67 % відзначили відданість справі державної служби, 63 % – уважність. Більш суперечливі думки були висловлені щодо відкритості державних службовців – 59 % позитивних відповідей і 36 % негативних.
Польща	2010 р.	з'ясовано, що схвальна думка про неї склалася у більшості поляків. Так, 83 % респондентів вважають державних службовців компетентними, 81 % – доброзичливими, 81 % такими, що виконують свої обов'язки професійно і сумлінно. Тільки 3 % респондентів зазначили, що державні службовці запропонували дати їм подарунок або хабар для того, щоб прискорити процедуру надання послуги [7].
Фінляндія	2012 р.	домінуючими мотивами громадян при працевлаштуванні на державну службу були задоволення роботою, відчуття безпеки і сприятлива робоча атмосфера [2, с. 107–108]. Обґрунтовуючи свій вибір, 74 % респондентів наголосили на важливості державної служби для суспільства, 34 % респондентів вважали свою роботу цікавою та були щасливі і 32 % зазначили наявність сприятливої атмосфери. Перевагами працевлаштування на державну службу 76 % респондентів зазначили оплачувану відпустку, 67 % – досвід і 53 % – загальні умови праці. Дослідження, проведені у Фінляндії, дозволили визначити три базові позиції щодо надання переваг у працевлаштуванні на державну службу у порівнянні з приватним сектором, а саме: гарантія зайнятості (68 % проти 3 %), збалансування роботи та особистого життя (37 % проти 17 %), можливість впливати на розвиток суспільства (36 % проти 10 %), гнучкий графік роботи (33 % проти 18 %) і гендерна рівність (32 % проти 11 %).
Чехія	2013 р.	сектор державного управління характеризується балансом щодо високого рівня задоволеності роботою та особистим життям. Результати дослідження показали, що 64 % державних службовців мають можливість приділяти достатньо часу для сім'ї, хобі та відпочинку. Рівень задоволеності в інших секторах був набагато нижчим (49 % зайнятих в іноземних компаніях, 47 % зайнятих в чеських компаніях, 46 % працівників неурядових організацій) [9, с. 11].

ДОДАТОК В

Система нормативно-правових актів, що визначають організацію роботи органів публічної влади

1. Конституція (Основний Закон) України - нормативний акт вищої юридичної сили, політико-правовий за своєю природою, що визначає найбільш важливі аспекти державного і суспільного ладу, у тому числі закріплює систему органів державної влади і місцевого самоврядування, форми народовладдя, принципи організації та діяльності органів публічної влади, функції та компетенцію вищих органів державної влади.

2. Закони України, що визначають організацію роботи органів публічної влади:

а) виборче законодавство, зокрема, закони «Про Центральну виборчу комісію», «Про вибори Президента України», «Про вибори народних депутатів України», «Про вибори депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим», «Про вибори депутатів місцевих рад і сільських, селищних, міських голів»;

б) законодавство, що визначає загальний правовий статус органів публічної влади, їх структурних підрозділів та посадових осіб, зокрема, закони «Про статус народного депутата України», «Про державну службу», «Про комітети Верховної Ради України», «Про Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини», «Про Конституційний Суд України», «Про Верховну Раду Автономної Республіки Крим», «Про представництво Президента України в Автономній Республіці Крим», «Про місцеві державні адміністрації», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про статус депутатів місцевих Рад народних депутатів», «Про Раду національної безпеки і оборони України»; а з 1 січня 2013 році набуде чинності новий закон України «Про державну службу».

в) законодавство, що визначає окремі аспекти організації роботи органів публічної влади, зокрема, Регламент Верховної Ради України, закони «Про тимчасове виконання обов'язків посадових осіб, яких призначає на посаду за згодою Верховної Ради України Президент України або Верховна Рада України за поданням Президента України», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про державну охорону органів державної влади і посадових осіб», «Про власність», «Про передачу об'єктів права державної та комунальної власності» та ін.

3. Підзаконні нормативні акти, що визначають ста^с і порядок роботи органів публічної влади та їх структурних підрозділів:

а) укази Президента України, зокрема «Питання Адміністрації Президента України», «Про заходи щодо вдосконалення організації контролю за виконанням актів та доручень Президента України», «Про затвердження Положення про порядок роботи з законопроектами та іншими документами, що вносяться Президентом України на розгляд Верховної Ради України», «Про затвердження Положення про Адміністрацію Президента України» та ін.;

б) постанови Кабінету Міністрів України, серед яких «Про затвердження Тимчасового регламенту Кабінету Міністрів України», «Про урядові комітети», «Про Порядок складення, розгляду, затвердження та основні вимоги щодо виконання кошторисів доходів і видатків бюджетних установ та організацій», «Про затвердження Типового положення про урядовий орган державного управління» та ін.;

в) акти центральних органів виконавчої влади, що регламентують організаційні питання внутрішньовідомчого та міжвідомчого характеру, наприклад, наказ МС України «Про затвердження Інструкції про порядок розгляду пропозицій, заяв, скарг і організації особистого прийому громадян в органах внутрішніх справ, внутрішніх військах, вищих закладах освіти, установах, організаціях і на підприємствах системи МВС України», накази Головного Управління державної служби України «Про затвердження Порядку оформлення документів для розгляду питань щодо продовження терміну перебування на державній службі», «Про затвердження Порядку інформування центральними й місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, іншими державними органами про зміни облікових даних керівних працівників та осіб, зарахованих до кадрів резерву на ці посади» та ін.;

г) акти місцевих органів публічної влади, наприклад, регламенти місцевих рад та місцевих державних адміністрацій, положення про структурні підрозділи виконкомів місцевих рад, положення про відділи та управління місцевих державних адміністрацій та ін.

Певною особливістю вітчизняного законодавства у сфері державного будівництва є наявність типових нормативних актів, тобто правових документів, які регламентують організаційні питання діяльності однорідних органів публічної влади та їх посадових осіб. Прикладами таких актів можуть слугувати прийняті в останні роки Типовий регламент місцевої державної адміністрації, типові положення про окремі структурні підрозділи центральних і місцевих органів виконавчої влади (наприклад, Типове положення про управління юстиції, Типове положення про службу охорони праці та ін.). Прийняття таких актів спрямоване на забезпечення однакового вирішення найбільш складних організаційних питань, досягнення злагодженості в діях однорідних ланок публічної влади, недопущення волонтаризму та суб'єктивізму в діях посадових осіб.

Близьким до типових є Загальне положення про міністерство, інший центральний орган державної виконавчої влади, в якому зібрано норми, що регламентують спільні організаційно-правові аспекти діяльності усіх центральних органів виконавчої влади. Загальне положення виступає основою для розробки окремих положень про кожний з центральних органів виконавчої влади, які потім затверджуються указами Президента України. При цьому слід мати на увазі, що згідно з п. 12 ст. 92 Конституції України, організація і діяльність органів виконавчої влади, основи державної служби, організації державної статистики та інформатики мають визначатися виключно законами України. Тому наявну практику затвердження главою держави положень, які визначають статус центральних органів виконавчої влади, слід розцінювати як тимчасову, що передує законодавчій регламентації.

У зв'язку з тим, що в роботі досліджується діяльність Дніпропетровської обласної державної адміністрації, важливим є Закон України «Про місцеві державні адміністрації» № 586-XIV від 09.04.1999 зі змінами та доповненнями. Унормовує місцеві державні адміністрації та їх місце в системі органів виконавчої влади. Виконавчу владу в областях і районах, містах Києві та Севастополі здійснюють місцеві державні адміністрації.

ДОДАТОК Г

ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА
Дніпропетровської обласної державної адміністрації

№ з/п	Найменування структурного підрозділу
1.	Керівництво
2.	Патронатна служба
	Апарат*
3.	Відділ забезпечення роботи керівництва
4.	Управління організаційної роботи
5.	Управління персоналу
6.	Управління по роботі зі зверненнями громадян
7.	Управління з фінансово-економічних питань
8.	Управління діловодства і контролю
9.	Відділ режимно-секретної роботи
10.	Відділ адміністрування Державного реєстру виборців
11.	Сектор з питань запобігання та виявлення корупції
12.	Сектор забезпечення доступу до публічної інформації
	Структурні підрозділи облдержадміністрації**
1.	Департамент екології та природних ресурсів
2.	Департамент економічного розвитку
3.	Департамент житлово-комунального господарства та будівництва
4.	Департамент інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю
5.	Департамент освіти і науки
6.	Департамент охорони здоров'я
7.	Департамент соціального захисту населення
8.	Департамент фінансів
9.	Департамент капітального будівництва
10.	Управління агропромислового розвитку
11.	Управління взаємодії з правоохоронними органами та оборонної роботи
12.	Управління внутрішнього аудиту
13.	Управління зовнішньоекономічної діяльності
14.	Управління інформаційних технологій та електронного урядування
15.	Управління з питань учасників АТО
16.	Управління культури, національностей і релігій
17.	Управління містобудування та архітектури
18.	Управління молоді і спорту
19.	Управління паливно-енергетичного комплексу та енергозбереження
20.	Управління протокольних та масових заходів
21.	Управління цивільного захисту
22.	Юридичне управління
23.	Державний архів Дніпропетровської області
24.	Служба у справах дітей

* Структура апарату затверджена розпорядженням голови облдержадміністрації від 30.05.2016 № Р-261/0/3-16 (у редакції розпорядження голови облдержадміністрації 11.03.2019 № Р-106/0/3-19).

** Перелік структурних підрозділів облдержадміністрації затверджений розпорядженням голови облдержадміністрації від 08.11.2012 № Р-830/0/3-12 (у редакції розпорядження голови облдержадміністрації від 19.06.2019 № Р-348/0/3-19).

ДОДАТОК Д

ЗАТВЕРДЖЕНО
Розпорядження голови
облдержадміністрації
01.08.2016 № Р-547/0/3-16

ПОЛОЖЕННЯ
ПРО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛУ АПАРАТУ
ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ

I. Загальні положення

1. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛУ АПАРАТУ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ (далі – Управління) є структурним підрозділом апарату облдержадміністрації.

2. У своїй діяльності Управління керується Конституцією України, Кодексом законів про працю України, Законом України “Про державну службу” та іншими законами України, міжнародними договорами, згода на обов’язковість яких надана Верховною Радою України, постановами Верховної Ради України, актами Президента України, Кабінету Міністрів України та центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері державної служби, іншими нормативно-правовими актами, розпорядженнями голови облдержадміністрації, наказами заступника голови – керівника апарату облдержадміністрації, цим Положенням.

У питаннях організації і застосування методики проведення кадрової роботи, державної служби та нагород Управління керується також відповідними рекомендаціями Національного агентства України з питань державної служби, Міністерства соціальної політики України, Міністерства юстиції України та Пенсійного фонду України.

3. Положення про Управління затверджує голова облдержадміністрації.

4. Управління має свою печатку та бланк.

II. Основні завдання, функції та права Управління

1. Основними завданнями Управління є:

- 1) реалізація державної політики з питань управління персоналом в облдержадміністрації;
- 2) забезпечення здійснення головою облдержадміністрації своїх повноважень з питань управління персоналом;
- 3) забезпечення організаційного розвитку облдержадміністрації;
- 4) добір персоналу структурних підрозділів апарату облдержадміністрації;
- 5) прогнозування розвитку персоналу, заохочення працівників до службової кар’єри, підвищення рівня їх професійної компетентності;
- 6) здійснення аналітичної та організаційної роботи з кадрового менеджменту;
- 7) організаційно-методичне керівництво та контроль за роботою з персоналом у структурних підрозділах облдержадміністрації і райдержадміністраціях області;
- 8) документальне оформлення вступу на державну службу, її проходження та припинення особами, яких призначає на посади голова облдержадміністрації.

2. Управління відповідно до покладених на нього завдань:

- 1) організовує роботу щодо розробки структури апарату облдержадміністрації;
- 2) розробляє і бере участь у розробленні проектів нормативно-правових актів, що стосуються питань управління персоналом, трудових відносин та державної служби;
- 3) вносить пропозиції голові облдержадміністрації з питань удосконалення управління персоналом та кадрового менеджменту;
- 4) здійснює аналітично-консультативне забезпечення роботи голови облдержадміністрації з питань управління персоналом;

5) контролює розроблення посадових інструкцій державних службовців структурних підрозділів апарату облдержадміністрації, які затверджує заступник голови – керівник апарату облдержадміністрації, а також переглядає їх на відповідність встановленим законодавством вимогам;

6) проводить роботу щодо створення сприятливого організаційного та психологічного клімату, формування корпоративної культури у колективі, розв'язання конфліктних ситуацій;

7) вивчає потребу в персоналі на вакантні посади в структурних підрозділах апарату облдержадміністрації та вносить відповідні пропозиції голові облдержадміністрації;

8) у випадках, передбачених законодавством, приймає документи від кандидатів на посаду категорії “А”, перевіряє на відповідність встановленим законом вимогам, передає до Комісії з питань вищого корпусу державної служби та повідомляє кандидатів про результати такої перевірки;

9) приймає документи від кандидатів на зайняття вакантних посад державної служби категорій “Б” та “В”, проводить перевірку документів, поданих кандидатами, на відповідність встановленим законом вимогам, повідомляє кандидатів про результати такої перевірки та подає їх на розгляд конкурсної комісії, здійснює інші заходи щодо організації конкурсного відбору;

10) за поданням безпосереднього керівника державного службовця розробляє та визначає спеціальні вимоги до осіб, які претендують на зайняття посад державної служби категорій “Б” і “В”;

11) надсилає кандидатам на зайняття вакантних посад державної служби категорій “Б” та “В” письмові повідомлення про результати конкурсу;

12) перевіряє за дорученням голови облдержадміністрації дотримання вимог законодавства про працю та державну службу, правил внутрішнього службового розпорядку в облдержадміністрації;

13) спільно з іншими структурними підрозділами облдержадміністрації організовує роботу:

щодо розробки положень про структурні підрозділи облдержадміністрації;

з управлінням з фінансово-економічних питань апарату облдержадміністрації – стосовно мотивації персоналу апарату облдержадміністрації;

щодо опрацювання штатного розпису апарату облдержадміністрації;

із забезпечення планування службової кар'єри, планомірного заміщення посад державної служби підготовленими фахівцями згідно з вимогами до професійної компетентності та стимулює просування по службі з урахуванням професійної компетентності та сумлінного виконання своїх посадових обов'язків працівників апарату облдержадміністрації;

стосовно стажування державних службовців та молоді;

14) організовує проведення внутрішніх навчань державних службовців апарату облдержадміністрації;

15) здійснює планування професійного навчання державних службовців облдержадміністрації;

16) узагальнює потреби державних службовців апарату облдержадміністрації, структурних підрозділів облдержадміністрації, райдержадміністрацій у підготовці, спеціалізації та підвищенні кваліфікації і вносить відповідні пропозиції голові облдержадміністрації;

17) разом із державними службовцями складає індивідуальні програми підвищення рівня професійної компетентності за результатами оцінювання їх службової діяльності;

18) веде встановлену звітно-облікову документацію, готує державну статистичну звітність з кадрових питань;

19) аналізує кількісний та якісний склад державних службовців апарату облдержадміністрації;

20) надає консультативну допомогу з питань управління персоналом керівникам структурних підрозділів облдержадміністрації;

21) обчислює стаж роботи та державної служби керівництва облдержадміністрації, керівників структурних підрозділів апарату облдержадміністрації, керівників структурних підрозділів облдержадміністрації та працівників апарату облдержадміністрації;

22) розглядає пропозиції та готує документи щодо заохочення та нагородження персоналу державними нагородами, відомчими заохочувальними відзнаками, веде відповідний облік;

23) організовує складення Присяги державного службовця особою, яка вперше вступає на державну службу, оформляє документи про присвоєння відповідних рангів державним службовцям апарату облдержадміністрації, керівникам структурних підрозділів облдержадміністрації;

24) ознайомлює державних службовців апарату облдержадміністрації з правилами внутрішнього службового розпорядку облдержадміністрації, посадовими інструкціями та іншими документами з проставленням ними підписів та дати ознайомлення;

25) видає державним службовцям апарату облдержадміністрації службові посвідчення;

26) забезпечує підготовку матеріалів щодо призначення на посади та звільнення персоналу апарату облдержадміністрації, керівництва облдержадміністрації, керівників структурних підрозділів облдержадміністрації та керівництва райдержадміністрацій для погодження з вищестоящими органами;

27) здійснює контроль за встановленням надбавок за вислугу років керівництву облдержадміністрації, керівникам структурних підрозділів апарату облдержадміністрації та працівникам апарату облдержадміністрації;

28) формує графік відпусток керівництва облдержадміністрації, керівників структурних підрозділів апарату облдержадміністрації, керівників структурних підрозділів облдержадміністрації, голів райдержадміністрацій, працівників апарату облдержадміністрації та контролює його виконання, готує проекти розпоряджень голови облдержадміністрації щодо надання відпусток керівництву облдержадміністрації, керівникам структурних підрозділів апарату облдержадміністрації та наказів заступника голови – керівника апарату облдержадміністрації щодо надання відпусток працівникам апарату облдержадміністрації, веде їх облік;

29) здійснює роботу, пов'язану із заповненням, обліком і зберіганням трудових книжок та особових справ (особових карток) керівництва облдержадміністрації та працівників апарату облдержадміністрації;

30) оформляє і видає довідки з місця роботи працівникам апарату облдержадміністрації;

31) опрацьовує листки тимчасової непрацездатності працівникам апарату облдержадміністрації;

32) забезпечує видачу у встановленому порядку звільненим особам (керівництву облдержадміністрації та працівникам апарату облдержадміністрації) копій актів про звільнення, належно оформлених трудових книжок;

33) у межах компетенції проводить разом з іншими структурними підрозділами облдержадміністрації роботу щодо укладення, продовження строку дії, розірвання контрактів з керівниками державних підприємств, установ і організацій, що належать до сфери управління облдержадміністрації, а також бере участь у здійсненні заходів з перевірки виконання умов контрактів у порядку, встановленому законодавством;

34) здійснює організаційні заходи щодо своєчасного подання державними службовцями відомостей про майно, доходи, витрати і зобов'язання фінансового характеру за минулий рік до Управління (до 01 січня 2017 року);

35) забезпечує організацію проведення спеціальної перевірки щодо осіб, які претендують на зайняття посад заступників голови облдержадміністрації, керівників

структурних підрозділів апарату облдержадміністрації, керівників структурних підрозділів облдержадміністрації та працівників апарату облдержадміністрації;

36) забезпечує організацію проведення перевірки достовірності відомостей щодо застосування заборон, передбачених частинами третьою і четвертою статті 1 Закону України “Про очищення влади”, готує довідку про її результати заступникам голови облдержадміністрації, керівникам структурних підрозділів апарату облдержадміністрації, керівникам структурних підрозділів облдержадміністрації та працівникам апарату облдержадміністрації;

37) здійснює облік військовозобов’язаних і призовників та бронювання військовозобов’язаних в апараті облдержадміністрації;

38) розглядає звернення громадян, підприємств, установ та організацій, посадових осіб, запити та звернення народних депутатів, запити на інформацію з питань управління персоналом;

39) здійснює заходи щодо ведення та постійного оновлення комп’ютерного обліку електронних особових справ керівництва облдержадміністрації, працівників облдержадміністрації, керівників структурних підрозділів облдержадміністрації, їх заступників, та керівництва райдержадміністрацій, використання його даних у межах повноважень, супроводження і зберігання відомостей в локальній системі “Картка” для формування єдиної державної комп’ютерної системи “Кадри”;

40) організовує роботу з укомплектування, зберігання, обліку та використання архівних документів;

41) здійснює організаційне забезпечення і бере участь у роботі комісії державних нагород України при Дніпропетровській облдержадміністрації;

42) надає методичну та практичну допомогу в оформленні нагородних документів;

43) проводить іншу роботу, пов’язану із застосуванням законодавства про працю та державну службу, нагород.

3. Управління має право:

1) спільно з іншими структурними підрозділами облдержадміністрації перевіряти і контролювати дотримання правил внутрішнього службового розпорядку, вимог законодавства про працю та державну службу в облдержадміністрації та здійснювати контроль за додержанням законодавства про працю в апараті облдержадміністрації, структурних підрозділах облдержадміністрації, райдержадміністраціях області та на підприємствах, установах, організаціях, що належать до сфери управління облдержадміністрації;

2) взаємодіяти зі структурними підрозділами апарату облдержадміністрації, структурними підрозділами облдержадміністрації, райдержадміністраціями, підпорядкованими організаціями, іншими державними органами та органами місцевого самоврядування з питань, що належать до її компетенції;

3) одержувати у встановленому законодавством порядку від посадових осіб та іншого персоналу апарату облдержадміністрації, структурних підрозділів облдержадміністрації та райдержадміністрацій інформацію, матеріали та пояснення (у тому числі письмові), необхідні для здійснення покладених на Управління завдань;

4) за погодженням з головою облдержадміністрації брати участь у конференціях, семінарах, нарадах та інших заходах з питань управління персоналом та організаційного розвитку;

5) на обробку персональних даних фізичних осіб відповідно до законодавства з питань захисту персональних даних для виконання покладених на Управління повноважень;

6) за дорученням голови облдержадміністрації представляти облдержадміністрацію в інших органах державної влади, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах та організаціях з питань, що належать до компетенції Управління;

4. Покладення на Управління завдань, не передбачених цим Положенням, і таких, що не стосуються питань управління персоналом, організаційного розвитку та державної служби, не допускається.

III. Начальник Управління

1. Управління очолює начальник.
2. Начальник Управління облдержадміністрації призначається на посаду та звільняється з посади головою Дніпропетровської облдержадміністрації за наявності висновку Національного агентства України з питань державної служби.
3. На посаду начальника Управління в облдержадміністрації призначається особа, яка відповідає вимогам, встановленим Законом України “Про державну службу”.
На посади інших працівників Управління призначаються особи, які відповідають вимогам, встановленим Законом України “Про державну службу”.
4. Начальник Управління:
 - 1) організує планування роботи Управління в облдержадміністрації та забезпечує виконання покладених на нього завдань і функцій;
 - 2) забезпечує планування:
службової кар’єри державних службовців апарату облдержадміністрації;
навчання персоналу облдержадміністрації;
 - 3) вносить голові облдержадміністрації пропозиції щодо штатної чисельності, структури та штатного розпису апарату облдержадміністрації, призначення, звільнення з посади, заохочення та притягнення до дисциплінарної відповідальності працівників апарату облдержадміністрації;
 - 4) визначає розподіл обов’язків між працівниками Управління, координує та контролює їх діяльність;
 - 5) організує та скликає наради з питань, що належать до компетенції служби Управління;
 - 6) підписує акт передачі справ і майна, у разі звільнення державного службовця з посади чи переведення на іншу посаду в апараті обласної державної адміністрації, разом з уповноваженою особою та державним службовцем, який звільняється;
 - 7) здійснює інші функції, передбачені законодавством.

Начальник управління персоналу
апарату облдержадміністрації

Г.А.БУРХАН