

**Стамат Вікторія Михайлівна**  
Миколаївський національний аграрний університет, Україна,  
*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу*

**Осипенко Катерина Василівна**  
Миколаївський національний аграрний університет, Україна,  
*здобувач вищої освіти, ОС «Магістр», спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування*

## **МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА В ОРГАНАХ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ**

Механізм формування іміджу керівника органів виконавчої влади, як правило, передбачає поєднання різноманітних елементів, зокрема комплексу стимулів, засобів, важелів, регуляторних впливів і практичних заходів. Ці компоненти працюють разом, щоб сформувати сприйняття та репутацію керівника чи лідера в органах виконавчої влади.

Механізми в державному управлінні призначені для підтримки узгодженості та ефективності в управлінні державними справами та для представлення складних процесів і відносин у державному управлінні в структурований та організований спосіб [1].

Розвиток позитивного іміджу, як для окремих осіб, так і для організацій, спирається на різні технології та стратегії. Проаналізувавши найвідоміші технології створення іміджу керівника, ми вивели найефективніші з них для формування позитивного образу особи, що очолює орган державної влади [2,3,4]:

- взаємодія зі ЗМІ та експертами зі зв'язків з громадськістю для управління комунікацією, формування громадського сприйняття. Це включає прес-релізи, інтерв'ю для ЗМІ та присутність у соціальних мережах;
- створення та підтримка сильної присутності в Інтернеті за допомогою веб-сайтів, платформ соціальних мереж і блогів; ефективне використання соціальних мереж може підвищити видимість та залучити ширшу аудиторію;
- використання послуг імідж-консультантів, які спеціалізуються на особистому або організаційному брендингу, зовнішності та комунікаційних стратегіях;
- створення переконливих і пов'язаних історій, які зв'язуються з аудиторією та передають бажаний образ;
- розробка стратегій для ефективного подолання криз або негативних інцидентів і відновлення після них; це передбачає швидке реагування, прозорість і коригувальні дії;
- створення високоякісного контенту, такого як статті, відео та інфографіка, для інформування, навчання та залучення цільової аудиторії; узгодженої ідентичності бренду, включаючи логотипи, кольори та елементи дизайну, які підсилюють бажаний імідж.

- навички ефективної комунікації та презентації, які можуть допомогти лідерам налагодити зв'язок зі своєю аудиторією та переконливо донести своє повідомлення;
- побудова та підтримка стосунків із впливовими особами та організаціями для отримання їхньої підтримки та довіри; активна участь у громадських заходах, благодійності та ініціативах соціальної відповідальності, щоб продемонструвати відданість суспільному добробуту;
- наголошення на прозорості та підзвітності в процесі прийняття рішень і діяльності для зміцнення довіри та надійності.
- заохочення зворотного зв'язку від зацікавлених сторін та активне дослухання до їхніх проблем та пропозицій; використання даних та аналітики для розуміння поведінки та вподобань аудиторії, що може стати основою для стратегій створення іміджу;
- демонстрація прихильності до сталого розвитку та екологічно відповідальних практик, які відповідають сучасним суспільним цінностям;
- бути в курсі останніх технологічних досягнень та інновацій, щоб продемонструвати передовий та прогресивний імідж; стати лідером думок у певній галузі шляхом обміну досвідом та ідеями через лекції, публікації чи виступи;
- розвиток сильного емоційного інтелекту для спілкування та розуміння емоцій і потреб інших.

Ефективність цих технологій формування іміджу часто залежить від конкретних цілей, цільової аудиторії та характеру задіяної особи чи організації. Їх поєднання можна використовувати для створення переконливого та позитивного іміджу.

Отже, формування позитивного іміджу керівника виконавчої влади є динамічним і стратегічним процесом, який передбачає комунікацію, прозорість, брендинг і глибоке розуміння суспільного сприйняття. Це вимагає поєднання механізмів і стратегій, адаптованих до конкретного контексту та цілей лідера чи організації. Створення та підтримка позитивного іміджу – це постійна робота, яка може мати значний вплив на успіх керівництва та громадську підтримку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Загороднюк С. Соціально-психологічні аспекти управлінського спілкування як фактор лідера. *Збірник наукових праць УАДУ*. 2012. Вип. 2. С. 297–304.
2. Коваленко С., Харченко І. Ефективні методи управління колективом – важлива складова лідерства. *Збірник наукових праць УАДУ*. 2014. Вип. 1. С.237–241.
3. Нестеренко Л. Соціально-психологічний тренінг як елемент удосконалення комунікації державних службовців. *Актуальні проблеми державного управління на новому етапі державотворення* : матеріали наук.-практ. конф. за міжнародною участю (Київ, 31 травня 2015 р.). Київ : Вид-во НАДУ, 2015. Т. 1. С. 294–296.
4. Свидрук І.І. Креативний менеджмент : навч. посібник. Київ : Вид-во ЦУЛ, 2012. 224 с.