**МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ В ПУБІЛЧНОМУ УПРАВЛІННІ**

**Сухоставець Андрій Іванович**

к.е.н., доцент

Сумський національний аграрний університет, Україна

**Шпак Ігор Ігорович**

здобувач вищої освіти факультету економіки та менеджменту

Сумський національний аграрний університет, Україна

Ступінь і тип взаємодії суспільства і держави, рівеньь довіри між громадянами і державними структурами, тип поведінки (правової, політичної, економічної та ін.) окремих громадян і посадових осіб значною мірою визначаються іміджем громадянина та уряду, що є важливим елементом довіри до влади. Тому в розвитку теорії та практики публічного управління важливим напрямом є свідоме формування позитивного іміджу влади. Водночас проблема іміджу органів публічного управління поглиблює невідповідність між підвищеними вимогами суспільства до влади щодо виконання управлінських завдань та виконанням важливих завдань розвитку держави, ознаки яких походять від глобалізації. і формування. в інформаційно-комунікаційному суспільстві.

Іміджевий механізм – це сукупність стимулів, інструментів, важелів, регулятивних впливів і практичних засобів, за допомогою яких здійснюється іміджевий процес установ, які надають безоплатні юридичні послуги. Водночас механізми формування іміджу мають організаційний характер.

Тому їх можна охарактеризувати як сукупність специфічних, різноманітних організаційних елементів у механізмах, які мають організувати формування позитивного іміджу установ, які надають безоплатні юридичні послуги. Формування позитивного іміджу має базуватися на довгостроковій, науково обґрунтованій стратегії, яка відповідає вимогам віку. Така стратегія має базуватися на реалістичній оцінці ресурсів і можливостей України, а також визначенні її місця в глобальному світі; спрямованість на позбавлення традиційного комплексу меншовартості української ментальності; постановка нових, реалістичних цілей.

Для визначення ефективних механізмів формування іміджу центральних органів виконавчої влади необхідно визначити основні риси іміджу центральних органів виконавчої влади. На основі аналізу літератури слід виділити такі ознаки іміджу центральних органів виконавчої влади: імідж має бути синтетичним, спрямованим на справляння певного враження; «імідж закладу» має бути надійним. Нікому не потрібен імідж, якщо йому не довіряють жителі країни; образ має бути пасивним; зображення повинно бути чітким і конкретним; зображення повинно бути спрощеним і конкретним [1]

Комплексний механізм формування позитивного іміджу центральних органів виконавчої влади може складатися з таких типів механізмів: економічних (банківські, грошово-валютні, інвестиційні, інноваційні, кредитні, податкові, страхові тощо державні механізми управління); мотиваційні (командно-адміністративні та соціально-економічні стимули); організаційні (структурні підрозділи, що виконують завдання щодо іміджу центральних органів виконавчої влади); політичний (формування державної політики у сферах суспільного життя); правові (нормативно-правове забезпечення) [2].

Підсумовуючи вищенаведене можемо зробити висновок про те, що формування іміджу в публічному управління є важливою складовою забезпечення довіри до влади та розвитку громадянського суспільства.

**Список використаних джерел:**

1. Королько В.Г. Паблик рілейшнз. Наукові основи, методика, практика. К.: Видавничий дім "Скарби", 2001. 400 с.
2. Глущенко К. С. Сучасні механізми формування іміджу центральних органів виконавчої влади: теоретико методологічний аналіз. Інвестиції: практика та досвід. № 14. 2016. С.70-74.