



Полтавський державний аграрний університет
Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

X Всеукраїнська науково-практична
інтернет-конференція

«Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки»

**13 листопада 2025 року
м. Полтава**

Міністерство освіти і науки України
Полтавський державний аграрний університет
Кафедра менеджменту ім. І. А. Маркіної
ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААН України
ГО «Науково-дослідний інститут соціально-економічного розвитку»
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Сумський національний аграрний університет
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Матеріали

*X Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції
«Управління ресурсним забезпеченням господарської
діяльності підприємств реального сектору економіки»*



13 листопада 2025 року
м. Полтава

УДК 330.15:334.723
ББК 65.291.5

Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки : матеріали X Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 13 листопада 2025 р. Полтава : ПДАУ, 2025. 289 с.

У матеріалах конференції розглядаються аспекти методології і практики управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки.

Збірник розрахований на науково-педагогічних працівників, аспірантів, здобувачів вищої освіти, фахівців-практиків.

Матеріали друкуються мовою оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.

СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Т.В. Воронько-Невіднича, д.е.н., доцент,
М.Д. Прийдак, Ю.О. Селюченко, здобувачі вищої освіти
Полтавський державний аграрний університет*

ОСОБЛИВОСТІ ІМІДЖУ НАУКОВЦЯ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

В умовах інтенсифікації наукових комунікацій, зростання ролі міждисциплінарних досліджень та цифровізації наукового середовища проблема формування позитивного іміджу науковця набуває особливої актуальності. Імідж стає важливим ресурсом професійного розвитку дослідників, оскільки визначає не лише рівень довіри до їхніх наукових результатів, а й можливості участі в міжнародних проєктах, грантових програмах, науковій співпраці та академічній мобільності. Позитивний образ ученого трансформується у форму символічного капіталу, який впливає на його позиції в академічній спільноті.

Імідж науковця визначається як інтегральна характеристика особистості, що поєднує професійні компетентності, інтелектуальний потенціал, етичні принципи, комунікативні навички, візуальні та поведінкові особливості, а також сприйняття цих характеристик оточенням. Науковий імідж багатокomпонентний і включає такі елементи:

професійно-науковий компонент (публікації, наукові проєкти, цитованість, індекси впливу, методологічна культура);

комунікативний компонент (уміння презентувати результати, вести публічні лекції, участь у конференціях, цифрова комунікація);

етичний компонент (академічна доброчесність, дотримання норм наукової етики, відповідальність та об'єктивність);

візуально-поведінковий компонент (манера поведінки, культура спілкування, зовнішній вигляд у професійному середовищі);

цифровий імідж (якість представленості в інформаційному просторі, профілі в наукових базах, активність у професійних мережах).

Таким чином, імідж науковця формується як сукупність верифікованих наукових здобутків та соціально-комунікаційних характеристик.

Професійна діяльність дослідника залежить не лише від об'єктивної якості наукових результатів, а й від того, яким чином ці результати інтерпретуються професійною спільнотою. Позитивний імідж сприяє:

1. Зміцненню академічної репутації – наявність стабільного професійного образу підвищує рівень довіри до наукових розробок і визначає статус ученого в науковому середовищі.

2. Розширенню можливостей наукової співпраці – науковці з високим іміджем частіше отримують запрошення до участі у міжнародних дослідницьких консорціумах, експертних радах та редакційних колегіях журналів.

3. Підвищенню шансів на грантову підтримку – донорські організації враховують не лише якість проєктів, а й репутацію виконавців, їхній професійний

бекграунд та ефективність попередньої діяльності.

4. Покращенню ефективності наукових комунікацій – вчені з добре сформованим іміджем легше налагоджують міжособистісні та міжінституційні контакти.

5. Підвищенню рівня впливу на суспільну думку – імідж відомого дослідника сприяє популяризації науки, науково-популярній діяльності та формуванню довіри громадськості до наукових експертних оцінок.

Таким чином, імідж стає важливим інструментом професійного позиціонування, що впливає на конкурентоспроможність ученого в академічному та публічному середовищі.

У сучасних умовах на імідж науковця впливають як традиційні, так і нові чинники, зумовлені цифровізацією та глобалізацією. Основними з них є:

якість і регулярність наукових публікацій, особливо у виданнях, індексованих у Scopus, Web of Science;

наявність успішних наукових кейсів (захищені дисертації, реалізовані проекти, патенти, розробки);

участь у міжнародних конференціях та наукових мережах;

академічна доброчесність і прозорість (відсутність плагіату, дотримання етичних принципів);

публічна активність, включаючи наукову популяризацію, лекції, інтерв'ю, експертні коментарі;

цифрова компетентність, ефективне використання онлайн-платформ для обміну науковими результатами (Google Scholar, ORCID, ResearchGate тощо).

Таким чином, формування позитивного іміджу науковця є необхідною умовою його успішної професійної діяльності в умовах сучасного динамічного наукового середовища. Імідж виконує роль ключового нематеріального активу, який забезпечує підвищення наукової авторитетності, розширення міжнародної співпраці, успішну грантову діяльність та ефективну наукову комунікацію. Системна робота над створенням і підтриманням іміджу науковця має ґрунтуватися на поєднанні високого рівня наукових результатів, етичних стандартів та комунікативної активності, що разом формують його конкурентоспроможність у глобальному науковому просторі.

Список використаних джерел:

1. Бичко О. М., Кандул А. Г., Нагорна Н. В. Основні напрями інформаційно-бібліографічної діяльності: виклики сучасності. *Стратегія розвитку бібліотек закладів вищої освіти* : матеріали наук.-практ. конф. ЗВО, 27 жовт. 2021 р. URL: http://library.khnu.km.ua/wpcontent/uploads/2021/11/2021_konf.pdf/

2. Борисова Т. Розбудова іміджу науковця сучасними засобами наукової комунікації: тренінг для науковців. *Національна медична академія післядипломної освіти імені П. Л. Шупика*: Київ, 2017. URL : http://nmapo.edu.ua/images/Novosti/24_10_18-1.pdf.

3. Воронько-Невіднича Т. В., Баган Н. В., Шевченко Т. О. Вплив професійного іміджу керівника на розвиток організаційної культури підприємства. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. Вип. 27. Київ, 2023. URL: <https://ev.fmm.kpi.ua/article/view/298442>.

4. Воронько-Невіднича Т. В., Христенко В. Ю., Подовінніков Н. С., Козуб Р. О. Лідерський стиль та корпоративний імідж топ-менеджменту університетів у контексті стратегічного управління. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. № 2 (5). С. 303-311. DOI: [https://doi.org/10.60022/2\(5\)-34S](https://doi.org/10.60022/2(5)-34S).

<i>Т.О. Сазонова, О.В. Васюха</i>	
Лідерська поведінка та її взаємозв'язок із мотивацією.....	201
<i>Т.О. Сазонова, О.Г. Жижка, Н.І. Прийдан</i>	
Реалізація соціальних проєктів як елемент соціально відповідальної корпоративної культури підприємства.....	203
<i>Т.О. Сазонова, О.В. Порожнюк</i>	
Роль комунікативного менеджменту в системі конфлікт-менеджменту підприємства.....	205
<i>Т.О. Сазонова, В.В. Смолянська, І.В. Якубовський</i>	
Соціальний розвиток персоналу в системі управління кадровим потенціалом підприємства.....	207
<i>В. Собчишин, Д. Мотрич</i>	
Сутність корпоративної культури та її роль у функціонуванні підприємств агропродовольчої сфери.....	208
<i>Н.С. Разінкін, Н.С. Антіпіна</i>	
Інтеграція систем розпізнавання мовлення в автоматизовані співбесіди для оптимізації підбору персоналу на підприємстві.....	209
<i>Д.М. Призенко, С.О. Призенко, К.Л. Тарабан</i>	
Організація охорони праці як частина кадрової політики підприємства.....	211
<i>Д.М. Призенко, С.О. Призенко, К.Л. Тарабан</i>	
Система мотивації працівників: сучасні тенденції та інструменти в умовах воєнного стану.....	212
<i>І.В. Бочевар</i>	
Системний підхід до адаптивного управління персоналом підприємства в умовах стратегічних змін.....	214
<i>С.П. Кузьменко</i>	
Місце стрес-менеджменту в системі управління персоналом підприємства.....	215
<i>В.Ю. Педоряка</i>	
Корпоративна культура в умовах глобалізації: приклади українських компаній.....	217
<i>І.А. Буценко</i>	
Методологічні засади управління персоналом підприємства.....	219
<i>М. Ігнатко</i>	
Сучасні концепції та інноваційні технології в системі управління персоналом.....	221
<i>О.Т. Капко</i>	
Формування кадрового резерву та заохочення ініціативи через делегування лідерських функцій у державних спортивних установах.....	223
<i>Є.В. Чамор</i>	
Зростання ефективності використання кадрового потенціалу.....	225
<i>В.А. Шалюта</i>	
Синергія кадрового менеджменту та правового забезпечення.....	227
<i>С. Штука</i>	
Сучасні теорії лідерства та управління персоналом.....	229

СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

<i>Т.В. Воронько-Невідничка, М.Д. Прийдак, Ю.О. Селюченко</i>	
Особливості іміджу науковця та його значення у професійній діяльності.....	231
<i>М.Ю. Білик, А.Ю. Яворська, В.О. Сергєєва</i>	
Сучасні інструменти цифрового маркетингу.....	233