

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»

ISSN (PRINT): 2307-5651
ISSN (ONLINE): 2412-5296

**ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ
ІНСТИТУТ»**

**ECONOMIC BULLETIN
OF NATIONAL TECHNICAL
UNIVERSITY OF UKRAINE
«KYIV POLYTECHNICAL INSTITUTE»**

Збірник наукових праць

№ 27, 2023



Видавничий дім
«Гельветика»
2023

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ ЗБІРНИКА

Кравченко М.О., проф., д-р екон. наук, декан факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. Ігоря Сікорського – **Головний редактор**

Гавриш О.А., проф., д-р техн. наук, КПІ ім. Ігоря Сікорського – **заступник Головного редактора**

Кухарук А.Д., доц., канд. екон. наук, заступник декана з наукової роботи факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. Ігоря Сікорського – **Відповідальний редактор**

Копішинська К.О., доц., канд. екон. наук, заступник декана з міжнародної діяльності факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. Ігоря Сікорського – **Відповідальний секретар з питань міжнародного розвитку**

Баюра Д.О., проф., д-р екон. наук, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка

Бояринова К.О., доц., д-р екон. наук, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Войтко С.В., проф., д-р екон. наук, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Герасимчук В.Г., проф., д-р екон. наук, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Дергачова В.В., проф., д-р екон. наук, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Дунська А.Р., проф., д-р екон. наук, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Забуранна Л.В., проф., д-р екон. наук, народний депутат України, Верховна Рада України

Зозульов О.В., проф., канд. екон. наук, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Ляшенко Н.С., доц., д-р екон. наук, СумДПУ імені А.С.Макаренка

Капустян В.О., проф., д-р фіз.-мат. наук, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Круш П.В., проф., канд. економ. наук, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Кураташвілі А.А., проф., д-р екон., філософ., юрид. наук, Президент Міжнародної Академії соціально-економічних наук, Грузія

Любодраг Тановіч, проф., д-р техн. наук, Белградський університет, Сербія

Пишнограсв І.О., доц., канд. фіз.-мат. наук, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Савченко С.М., канд. екон. наук, заст. декана з навчально-виховної роботи факультету менеджменту та маркетингу, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Смоляр Л.Г., проф., канд. економ. наук, ректор Міжнародного університету фінансів

Солнцев С.О., проф., д-р фіз.-мат. наук, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Srivakovskyy Sergiy, Ph.D., Faculty of Business Department, Higher Colleges of Technology (United Arab Emirates)

Тульчинська С.О., проф., д-р екон. наук, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Федорченко А.В., проф., д-р екон. наук, Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

Худолей В.Ю., проф., д-р екон. наук, ректор Міжнародного науково-технічного університету ім. академіка Юрія Бугая

Шульгіна Л.М., проф., д-р екон. наук, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Климчук М.М., проф., д-р екон. наук, Університет Манітоба, Канада

Scott F. Meadow, Academic Director of Global Initiatives, Professor of Entrepreneurship, University of Chicago, Booth School of Business, USA

Erik Steinfeldt Reinert, Professor, Ph.D. in Economics, Professor of Ragnar Nurkse School of Innovation and Governance, Tallinn University of Technology, Estonia

Sébastien Menard, PhD in Economics, Assistant Professor of Economics, Faculté de Droit et des Sciences Économiques, Université du Maine, France

Eva Kipnis, PhD, Senior Lecturer in International Marketing, FHEA, MCIM Chartered Marketer, University of Sheffield, UK.

Krzysztof Jamroziak, Doctor of Science in Engineering, Professor, Wrocław University of Science and Technology, Poland

Ангелов Кирил, проф., д-р екон. наук, Софійський технічний університет, Болгарія

Друкується відповідно рішення Вченої ради КПІ ім. Ігоря Сікорського
(Протокол № 2 від 05.02.2024 р.)

Свідоцтво про Державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 8578 від 24.03.2004 року

Збірник наукових праць включено до переліку фахових видань України
(Постанови ВАК України за № 2-05/1 від 19 січня 2006 р. та № 1-05/4 від 26 травня 2010 р.,
Наказ МОН України № 528 від 12.05.2015 р., Наказ МОН України № 886 від 02.07.2020 р. (категорія Б))

Спеціальності: 051 – Економіка; 073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг

Збірник представлено в міжнародних наукометричних та інформаційних базах:
Index Copernicus International (з 2014 р.), Directory of Open Access Journals (DOAJ) (з 2018 р.),
EconBiz (з 2020 р.), Open Ukrainian Citation Index (OUCI), Національної бібліотеки України ім. В.І.Вернадського
(з 2008 р.), Електронному архіві наукових та освітніх матеріалів КПІ ім. Ігоря Сікорського (ELAKPI) (з 2008 р.),
Directory of Open Access scholarly Resources (ROAD), WorldCat.
Видання індексується Google Scholar, Bielefeld Academic Search Engine (BASE, з 2015 р.).

Електронна сторінка видання: ev.fmm.kpi.ua

© Авторські права належать авторам статей, 2023

Наукове видання

**«ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ УКРАЇНИ
"КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ"»**

Збірник наукових праць

№ 27, 2023

Засновано 2004 року
Видання виходить 4 рази на рік

Українською та англійською мовами

Відповідальний редактор: *Кухарук А.Д.*
Технічний редактор: *Удовиченко В.О.*

Підписано до друку 07.02.2024.
Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 8,37.
Наклад 100 прим.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»
65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглезі, 6/1
Телефони: +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.

ЗМІСТ**ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ****Зеленчук Н. В.**МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ
ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА
БІОГАЗУ НА ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ АПК УКРАЇНИ.....5**Обелець Т. В.**

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ..... 9

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА**Okhrimenko Oksana, Zhukovska Olga**THREAT OF GLOBAL HUNGER: UKRAINE IN THE FOOD
SECURITY SYSTEM AND MILITARY AGGRESSION.....17**ГАЛУЗЕВА ЕКОНОМІКА****Давидкевич А. О., Голюк В. Я., Дергачов Є. В.**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ЕКСПОРТУ УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЕВИНИ
ДО ЄС: ЕКОНОМІЧНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ.....26**ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА****Андрусь О. І., Бойчук Н. Я.**ПРИНЦИПИ, ЦІЛІ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ
КАДРОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....32**Хіміч С. В.**МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ
ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....39**МЕНЕДЖМЕНТ****Artemenko Lina, Zahorulko Tetiana, Kutlu Ergün**COMPETITIVENESS MANAGEMENT STRATEGIES
OF COMPANIES BASED ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT..... 43**Вакуленко В. Л., Сметан Д. С.**УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ПРОЦЕСАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ
ПІДПРИЄМСТВ З ВИКОРИСТАННЯМ БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГІЙ
В УМОВАХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ..... 52**Воронько-Невіднича Т. В., Баган Н. В., Шевченко Т. О.**ВПЛИВ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ КЕРІВНИКА
НА РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА.....57**МАРКЕТИНГ****Yudina Nataliya**

FORECASTING MARKETING TRENDS OF DISTANCE E-LEARNING.....61

ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ**Кравченко М. О., Гольцова І. Б.**ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ
ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В УКРАЇНІ.....67

CONTENTS

ECONOMIC PROBLEMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY

Zelenchuk Nataliia METHODOLOGICAL APPROACHES TO DETERMINING THE ENVIRONMENTAL AND ECONOMIC EFFICIENCY OF BIOGAS PRODUCTION AT THE PROCESSING ENTERPRISES OF THE AGRICULTURE OF UKRAINE.....	5
Obelets Tetiana STATE REGULATION OF THE ECONOMY IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY.....	9

INTERNATIONAL ECONOMICS

Okhrimenko Oksana, Zhukovska Olga THREAT OF GLOBAL HUNGER: UKRAINE IN THE FOOD SECURITY SYSTEM AND MILITARY AGGRESSION.....	17
--	----

SECTORAL ECONOMY

Davydkevych Alina, Goliuk Victoria, Derhachov Yevgen CURRENT STATE AND PROBLEMS OF UKRAINIAN WOOD EXPORT TO EU: ECONOMIC AND LEGAL ASPECTS	26
---	----

BUSINESS ECONOMICS

Andrus Olga, Boichyk Natalka PRINCIPLES, GOALS AND METHODS FOR MANAGING PERSONNEL POLICY IN THE ENTERPRISE.....	32
Khimich Sviatoslav METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING THE LEVEL OF DIGITAL TRANSFORMATION OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	39

MANAGEMENT

Artemenko Lina, Zahorulko Tetiana, Kutlu Ergün COMPETITIVENESS MANAGEMENT STRATEGIES OF COMPANIES BASED ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT.....	43
Vakulenko Vitalii, Smetan Denys MANAGEMENT OF PRODUCTION PROCESSES OF AGRICULTURAL ENTERPRISES USING BLOCKCHAIN TECHNOLOGIES IN TERMS OF FOOD SECURITY.....	52
Voron'ko-Nevidnycha Tetyana, Bahan Nadiia, Shevchenko Tetyana THE INFLUENCE OF THE PROFESSIONAL IMAGE OF THE MANAGER ON THE DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF THE ENTERPRISE.....	57

MARKETING

Yudina Nataliya FORECASTING MARKETING TRENDS OF DISTANCE E-LEARNING.....	61
--	----

TECHNOLOGIES AS A FACTOR OF ECONOMIC GROWTH

Kravchenko Maryna, Holtsova Irina PROSPECTS FOR FURTHER DEVELOPMENT OF THE DIGITALIZATION OF THE PUBLIC PROCUREMENT IN UKRAINE.....	67
--	----

УДК 658.331.1

JEL Classification: J20, J53, L14, M12, M14

DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.27.2023.297220>**Воронько-Невіднича Т. В.**

кандидат економічних наук, доцент

ORCID ID: 0000-0003-2427-7218

Баган Н. В.

доктор філософії з економіки

ORCID ID: 0000-0003-2843-5893

*Полтавський державний аграрний університет***Шевченко Т. О.**

заступник директора

ORCID ID: 0009-0001-2136-3148

*ВСП «Аграрно-економічний коледж**Полтавського державного аграрного університету***Voron'ko-Nevidnycha Tetyana, Bahan Nadiia***Poltava State Agrarian University***Shevchenko Tetyana***SSS «Agrarian and Economic College of Poltava State Agrarian University*

ВПЛИВ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ КЕРІВНИКА НА РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

THE INFLUENCE OF THE PROFESSIONAL IMAGE OF THE MANAGER ON THE DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF THE ENTERPRISE

У статті розглянуто специфіку впливу професійного іміджу керівника на формування та розвиток організаційної культури підприємства. Проведено аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на формування організаційної культури. Доведено, що затягування процесу формування організаційної культури може призвести до невідповідності фактичної культури підприємства її зовнішньому середовищу та стратегічним планам керівництва. Розглянуто фактори визначення організаційної культури та надана їх детальна характеристика. Проведено аналіз процесу формування організаційної культури та досліджено його основні етапи. Виявлено складові, які чинять найбільший вплив на організаційну культуру сучасних підприємств. Визначено, що професійний імідж керівника визначається його поведінкою, комунікативними навичками, ставленням до співробітників і громадськості, а також результатами його роботи. При дослідженні організаційної культури варто враховувати взаємозв'язок іміджу керівника з іміджем підприємства. Оскільки керівник є обличчям підприємства його імідж прямо впливає на імідж всього підприємства.

Ключові слова: імідж, підприємство, керівник, організаційна культура, професійний імідж керівника.

The article examines the specifics of the impact of the manager's professional image on the formation and development of the enterprise's organizational culture. An analysis of external (state system, type of economic system, national culture, peculiarities of industry functioning) and internal (values and beliefs of founders, managers, personnel; applied technologies, nature of purposeful influence on the formation of organizational culture, stage of the enterprise life cycle) influencing the formation of organizational culture. It has been proven that delaying the process of forming an organizational culture can lead to a discrepancy between the actual culture of the enterprise and its external environment and strategic management plans. The factors determining organizational culture, which include leadership, values, environment, history, recruiting and selection of personnel, are considered and their detailed characteristics are provided. An analysis of the organizational culture formation process was carried out and its main stages were investigated: assessment of the current state; formation of a system of measures for change and improvement and evaluation of the effectiveness of measures to improve organizational culture. The components that have the greatest influence on the organizational culture of modern enterprises have been identified: personnel, socialization, identification, power, internal communications, interaction with the external environment, and the image of the manager. The professional image of a manager is determined by his behavior, communication skills, attitude towards employees and the public, as well as the results of his work. The manager must be open to communication, ready to listen to the opinions and suggestions of other people, be ethical and responsible, adhere to the principles of corporate social responsibility. When studying organizational culture, it is worth taking into account the relationship between the manager's image and the company's image. Since the manager is the face of the enterprise, his image directly affects the image of the entire enterprise.

Keywords: image, enterprise, manager, organizational culture, professional image of the manager.

Постановка проблеми. Сучасним працівникам важливо не лише досягти фінансового успіху, вони прагнуть почуватися психологічно комфортно на під-

приємстві, організаційні цінності якого співпадають з їх особистими ціннісними орієнтаціями. Саме тому, формування і розвиток організаційної культури є важ-

ливим аспектом успішної діяльності підприємства. Коли цінності та принципи, на яких ґрунтується культура підприємства, співпадають зі значеннями та орієнтаціями працівників, вони почуваються більш заохоченими та згуртованими. Це може позитивно вплинути на їх продуктивність та мотивацію. Формування та розвиток організаційної культури як інструмент ціннісно-орієнтованого менеджменту має свої переваги порівняно зі звичайним менеджментом та створює ефект соціального полегшення як для керівництва, так і для персоналу. Отже, дослідження розвитку організаційної культури підприємства та оцінка впливу професійного іміджу керівника на даний процес є актуальним та важливим сьогодні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідження процесів формування та розвитку організаційної культури присвятили свої праці зарубіжні та вітчизняні науковці, зокрема: Т. Пітерс, Р. Вотермен, Г. Морган, І. Блохіна, О. Харчишина, В. Гордієнко, Л. Мазник, А. Воронкова, Н. Питель, І. Мажура, Г. Тимошко та інші.

Збільшення кількості робіт, присвячених проблемам розвитку організаційної культури свідчить про пильну увагу вчених до даного питання. Проте, не дивлячись на наявність певних успіхів у вирішенні теоретичних та практичних аспектів проблеми, ми відзначаємо недостатньо вивчене питання формування організаційної культури та впливу професійного іміджу керівника у її розвитку.

Формування цілей статті. Метою статті являється дослідження специфіки впливу професійного іміджу керівника на процес формування та розвитку організаційної культури підприємства.

Вклад основного матеріалу. Організаційна культура є складним поняттям, яке впливає на розвиток і успіх будь-якого підприємства. Нині значно зростає її роль у загальній стратегії розвитку персоналу та підприємства в цілому. Організаційна культура включає в себе цінності, вірування, норми поведінки та способи спілкування які визначають, як працівники сприймають підприємство в якому працюють. Нажаль, дуже мало підприємств мають спеціальні служби, що займа-

ються формуванням і впровадженням корпоративних цінностей, а їх інтеграція в організаційну культуру дуже важлива, оскільки це сприяє створенню спільної ідентичності серед працівників та сприяє досягненню колективних цілей. Саме тому, керівництво українських підприємств повинно усвідомити значимість організаційної культури і приділити достатню увагу її розвитку та підтримці.

Організаційна культура є складним і багатоплановим явищем, на яке чинять вплив зовнішні та внутрішні фактори (рис. 1).

Організаційна культура певним чином спонукає працівників до спільної діяльності, взаємодії та досягнення загальних цілей. Коли формування організаційної культури відбувається спонтанно, без усвідомлення та планування, можуть виникнути проблеми.

Затягування процесу формування організаційної культури може призвести до невідповідності фактичної культури підприємства її зовнішньому середовищу та стратегічним планам керівництва. Це може призвести до конфліктів, незгоди між різними групами працівників та загальною метою організації. Для подолання таких проблем слід здійснювати планомірну і систематичну роботу з формування організаційної культури. Це включає усвідомлення та встановлення цілей організації, створення цінностей та норм, які сприяють досягненню цих цілей, інтегрування цієї культури у всі аспекти організаційної діяльності. Таким чином, усвідомлене формування організаційної культури відповідає потребам зовнішнього середовища та стратегічним планам керівництва, що сприяє досягненню спільних цілей і забезпеченню ефективної роботи підприємства.

Організаційна культура – це сукупність цінностей, норм, уявлень та традицій які формуються в підприємстві і впливають на спосіб функціонування та міжособистісні взаємини. Вона може бути визначена різними факторами (табл. 1).

Процес формування організаційної культури можна розглядати як комплекс трьох взаємодоповнюючих видів діяльності [1]. Кожний з цих видів має свої етапи, які варто враховувати:

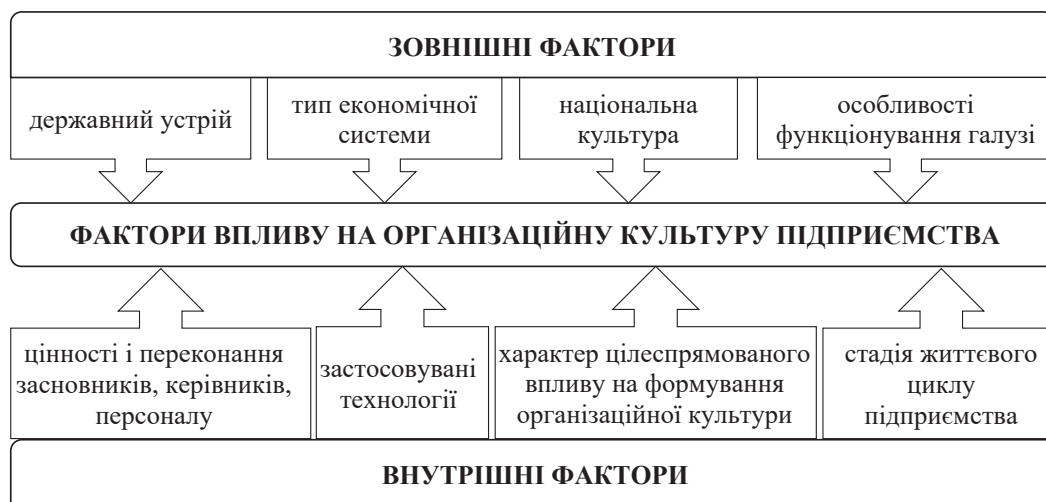


Рис. 1. Фактори впливу на організаційну культуру підприємства

Джерело: розроблено авторами з використанням [1]

Таблиця 1

Фактори визначення організаційної культури

Назва факторів	Характеристика факторів
Лідерство	Стиль керівництва та цінності керівників організації впливають на формування культури. Якщо керівництво демонструє високі стандарти і пропагує співпрацю та інновації, це може сприяти формуванню позитивної культури.
Цінності	Організаційна культура відображає цінності, які організація вважає важливими. Цінності можуть включати етичні принципи, які визначають правила поведінки працівників.
Середовище	Зовнішнє та внутрішнє середовище, в якому діє організація, може впливати на культуру. Наприклад, організації, що працюють у глобальному масштабі, можуть мати різноманітні значення культурних різниць.
Історія	Спадщина організації, її витоки та минулі події можуть впливати на формування культури. Історичні фактори можуть перейти через покоління та впливати на цінності та норми.
Рекрутинг та підбір персоналу	Процес набору нових працівників може мати великий вплив на формування культури. Якщо організація уважно відбирає кандидатів, які відповідають її цінностям та культурі, це може підтримувати сприятливу культуру. Ці фактори взаємодіють та впливають один на одного, створюючи унікальну організаційну культуру в кожній організації.

I Етап. Оцінка поточного стану організаційної культури:

- зібрання і аналіз існуючої інформації про культуру організації;
- визначення впливу організаційної культури на економічні результати підприємства, його конкурентоспроможність;
- оцінка впливу організаційної культури на мотивацію та продуктивність персоналу;
- вивчення впливу організаційної культури на здійснення організаційних змін.

II Етап. Формування системи заходів для зміни та вдосконалення організаційної культури:

- визначення цілей і очікуваних результатів;
- розробка стратегії та плану дій для зміни культури;
- залучення топ-менеджменту та керівників підприємства до процесу зміни культури;
- розробка та впровадження програм, навчання та тренінгів для співробітників.

III Етап. Оцінка ефективності заходів щодо вдосконалення організаційної культури:

- зібрання даних про результати зміни культури;
- аналіз впливу змін на економічні показники підприємства;
- оцінка впливу зміни культури на мотивацію та продуктивність персоналу;
- проведення оцінки ефективності процесу зміни культури та внесення необхідних коректив.

Комплексний підхід до формування організаційної культури допомагає підприємству розуміти поточний стан, впроваджувати необхідні зміни та оцінювати їх ефективність для досягнення кращих результатів та підвищення конкурентоспроможності.

До основних факторів, які чинять найбільший вплив на організаційну культуру сучасних підприємств відносять: кадри, соціалізацію, ідентифікацію, владу, внутрішні комунікації, взаємодію із зовнішнім середовищем та імідж керівника [3].

Управлінська культура керівника визначається як сукупність управлінської компетентності й професіоналізму та особистісних якостей. Саме особистісні соціально-психологічні якості, такі як знання, уміння і навички ефективного спілкування, емпатія, рівень домагань, самоконтроль, врівноваженість, є важливими у визначенні рівня управлінської культури і організаційної культури зокрема [2].

Особливе значення у формуванні іміджу підприємства має імідж його керівника – «лідера підприємства». Успішний керівник, який володіє високим рівнем професіоналізму і має впевненість у своїх діях, здатен вплинути на сприйняття підприємства громадськістю і створити позитивне враження про нього. Професійний імідж керівника визначається його поведінкою, комунікативними навичками, ставленням до співробітників і громадськості, а також результатами його роботи. Керівник повинен бути відкритим до спілкування, готовим слухати думки і пропозиції інших людей. Важливо також, щоб керівник був етичним і відповідальним, дотримувався принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Керівнику належить бути центром формування та підтримки гармонійних відносин у колективі. Це можливо лише в тому випадку, якщо йому притаманний високий рівень власної організаційної культури а саме: поведінка в колективі та управлінські рішення не суперечать одне одному; приваблива зовнішність та зібраність сприяє дотриманню ділового етикету, який у свою чергу, є проявом професіоналізму та толерантного відношення до підлеглих [5].

Професійний імідж керівника відіграє особливу роль у формуванні організаційної культури підприємства. Керівник є обличчям підприємства, представником його цінностей і стратегій. Успішний керівник повідомляє про важливі рішення і стратегічні кроки підприємства, будує довіру серед співробітників та громадськості. Також важливо, щоб він був чесним й прозорим відносно проблем, з якими стикається підприємство та здатен нести відповідальність за помилки чи недоліки. Якщо керівник має позитивний імідж, його репутація і стиль управління можуть відобразитися на сприйнятті підприємства загалом. Співробітники можуть бути більш мотивовані та довіряти підприємству, якщо їх керівник має добру репутацію і визнання від колег та громадськості. Якщо ж керівник має негативний імідж – то це може мати шкідливий вплив.

Важливим фактором формування організаційної культури, який залежить від іміджу соціально-психологічної проблеми, є взаємозв'язок іміджу керівника з іміджем підприємства. Оскільки керівник є обличчям підприємства його імідж прямо впливає на імідж всього підприємства. Отже, керівник власним іміджем впливає не тільки на співробітників і стимулювання

їх діяльності а й чинить значний вплив на зовнішнє середовище функціонування підприємства: клієнтів, споживачів та конкурентів.

Зустрічаючись з керівником, який має власний імідж, який здатний створити вигідне перше враження, котрий знає свою силу та слабкість, цілі та наміри, люди схильні думати, що підприємство, кероване таким керівником, – це саме те, що їм потрібно [3].

Отже, керівник підприємства, його імідж, відіграє важливу роль у формуванні та підтримці здорової організаційної культури. Він повинен встановлювати основні цілі та цінності, комунікувати з працівникам та надавати приклад через свої дії. Керівник має забезпечити відповідні системи управління персоналом, які сприятимуть розвитку та підтримці культури, залучати співробітників до процесу прийняття рішень і надавати можливості для їх розвитку та навчання. Таким чином, успішна організаційна культура підприємства потребує постійного внутрішнього вдосконалення та надання можливостей для розвитку та самореалізації його працівників.

Висновки. Результати проведеного дослідження впливу іміджу керівника на процес формування організаційної культури підприємства доводять, що імідж керівника виконує важливу сполучну та організуючу роль. Процес формування організаційної культури починається з усвідомлення керівником власних особистісних цінностей і норм, мотивів трудової діяльності, а також особливостей організаційної культури підприємства, її адекватності, сильних і слабких сторін, можливостей її трансформації. Ключовим елементом ефективного управління організаційною культурою є лідерство. Керівники-лідери повинні виступати в якості прикладу та пропагувати цінності, сприяти створенню сприятливого середовища та сприяти змінам у культурі, якщо це необхідно. Організаційна культура може бути важливою конкурентною перевагою, сприяти успіху підприємства та привертати талановитих працівників, вона відіграє важливу роль у задоволенні працівників і впливає на їхню продуктивність та прагнення до спільного успіху. Тому її розуміння та управління є важливими аспектами для будь-якого підприємства.

Література:

1. Харчишина О.В. Формування організаційної культури підприємства. 2011. URL: <http://surl.li/djbkb>
2. Сова А.В. Роль керівника в формуванні організаційної культури. *Ефективна економіка*. 2015. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4471>
3. Мазник Л.В. Вплив іміджу керівника на мотивацію діяльності співробітників як основний фактор формування корпоративної культури. *Наукові праці Наукового університету харчових технологій*. 2010. № 32. С. 129–132. URL: <http://surl.li/oqbwmm>
4. Колодка А.В. Особливості формування іміджу керівника організації. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф. «Економічні проблеми сталого розвитку»*. Суми : Сумський державний університет, 2013. Т. 4. С. 34–35.
5. Тимошко Г.М. Сучасні тенденції розвитку організаційної культури керівника загальноосвітнього навчального закладу на засадах іміджології. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки*. 2014. № 122. URL: https://lib.iitta.gov.ua/721456/1/33_2014_.pdf
6. Воронько-Невіднича Т. В., Баган Н. В., Торьяник А. І. Вплив іміджу менеджера на процес прийняття управлінських рішень. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. Київ, 2022. Вип. 24. С. 75–79.
7. Воронько-Невіднича Т.В., Баган Н.В., Баган М.В., Діденко С.М., Дробязко А.О. Вплив результативності управлінських рішень на процес використання стратегічного потенціалу підприємства. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2023. Том 8. Вип. № 4. С. 82–86.

References:

1. Kharchyshyna O. V. (2011) Formuvannya orhanizatsiinoi kultury pidprijemstva [Formation of the organizational culture of the enterprise]. Available at: <http://surl.li/djbkb>
2. Sova A. V. (2015) Rol kerivnyka v formuvanni orhanizatsiinoi kultury [The role of the manager in the formation of organizational culture]. *Efektivna ekonomika*, no. 6. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4471>
3. Maznyk L. V. (2010) Vplyv imidzhu kerivnyka na motyvatsiiu diialnosti spivrobotnykiv yak osnovnyi faktor formuvannya korporativnoi kultury [The influence of the manager's image on the motivation of employees as the main factor in the formation of corporate culture]. *Naukovi pratsi Naukovoho universytetu kharchovykh tekhnolohii*, no. 32, pp. 129–132. Available at: <http://surl.li/oqbwmm>
4. Kolodka A. V. (2013) Osoblyvosti formuvannya imidzhu kerivnyka orhanizatsii [Features of image formation of the head of the organization]. *Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, prysviachenoj pamiaty prof. Balatskoho O.F. "Ekonomichni problemy staloho rozvytku"*. Sumy: Sumskiy derzhavnyi universytet. tom 4, pp. 34–35.
5. Tymoshko H. M. (2014) Suchasni tendentsii rozvytku orhanizatsiinoi kultury kerivnyka zahalnoosvitnoho navchalnoho zakladu na zasadakh imidzhelohii [Modern trends in the development of the organizational culture of the head of a comprehensive educational institution based on imageology]. *Visnyk Chernihivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu. Seriya: Pedahohichni nauky*, no. 122. Available at: https://lib.iitta.gov.ua/721456/1/33_2014_.pdf
6. Voron'ko-Nevidnycha T. V., Bahan N. V., Toryanyk A. I. (2022) Vplyv imidzhu menedzhera na protses pryiniattia upravlin'skykh rishen [The influence of the manager's image on the process of managerial decision-making]. *Ekonomichniy visnyk NTUU "Kyivskiy politekhnichnyi instytut"*. Kyiv, vol. 24, pp. 75–79.
7. Voron'ko-Nevidnycha T. V., Bahan N. V., Bahan M. V., Didenko S. M., Drobiazko A. O. (2023) Vplyv rezultatyvnosti upravlin'skykh rishen na protses vykorystannia stratehichnoho potentsialu pidprijemstva [The influence of the effectiveness of management decisions on the process of using the strategic potential of the enterprise]. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky*, tom 8, vol. 4, pp. 82–86.