

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Полтавський державний аграрний університет

Кафедра обліку і оподаткування

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ,
АНАЛІЗУ ТА КОНТРОЛЮ В СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНІЙ
СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ»**

Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, присвяченої пам'яті професора, заслуженого працівника вищої школи Дмитра Мусійовича Фесенка



ПОЛТАВА 2025



УДК 657

Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством : Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції. Частина 2. Полтавський державний аграрний університет (25 березня 2025 р.). Полтава, 2025. 662 с.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

Голова організаційного комітету: КАНЦЕДАЛ НАТАЛІЯ – к.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку і оподаткування Полтавського державного аграрного університету

Секретар організаційного комітету: ЛЕГА ОЛЬГА – к.е.н., доцент, професор кафедри обліку і оподаткування Полтавського державного аграрного університету

Члени організаційного комітету:

ВАСИЛІШИН СТАНІСЛАВ – д.е.н., професор, директор Інституту обліку і фінансів Національної академії аграрних наук, провідний вчений Відділення аграрної економіки і продовольства НААН, САРА

ВОРОНЬКО-НЕВІДНИЧА ТЕТЯНА - д.е.н., завідувач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету

ГНАТИШИН ЛЮДМИЛА – д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку та оподаткування Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького

ДУБІНІНА МАРИНА – д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку і оподаткування Миколаївського національного аграрного університету

ЄРШОВА НАТАЛІЯ – д.е.н., професор, професор кафедри обліку і фінансів НТУ «Харківський політехнічний інститут»

ЗОРЯ ОЛЕКСІЙ - д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Полтавського державного аграрного університету

КОБЄЛЄВА ТЕТЯНА – д.е.н., професор, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин НТУ «Харківський політехнічний інститут»

ПЕРЕРВА ПЕТРО - д.е.н., професор, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин НТУ «Харківський політехнічний інститут»

ПРИСТЕМСЬКИЙ ОЛЕКСАНДР – д.е.н., професор, професор кафедри підприємництва, обліку та фінансів Херсонського державного аграрно-економічного університету

СЛАВКОВА ОЛЕНА - д.е.н., професор, професор кафедри публічного управління та адміністрування Сумського національного аграрного університету

КНОМУН РЕТРО - doktor habilitowany, profesor, Akademię Kujawsko-Pomorską

ГУБАРИК ОЛЬГА - к.е.н., доцент, в.о. зав. кафедри обліку, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою Дніпровського державного аграрно-економічного університету

ДРАНУС ВАЛЕНТИН – к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту Чорноморського національного університету імені Петра Могили

ПРИЙДАК ТЕТЯНА– к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування Полтавського державного аграрного університету

ПРОКОПИШИН ОКСАНА – к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку та оподаткування Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького

ЯЛОВЕГА ЛЮДМИЛА – к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування Полтавського державного аграрного університету

Конференція присвячена пам'яті видатного науковця, Заслуженого працівника вищої школи Української РСР, професора Дмитра Мусійовича Фесенка. У збірнику матеріалів науково-практичної конференції розміщено результати досліджень вітчизняних науковців, присвячених актуальним проблемам та перспективам розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством.

© Автори, 2025

© Кафедра обліку і оподаткування, 2025

© Полтавський державний аграрний університет, 2025



ВОРОНЬКО-НЕВІДНИЧА ТЕТЯНА, д.е.н, доцент,
завідувачка кафедри менеджменту ім. І.А.Маркіної,
ВАРАКСІНА ОЛЕНА, к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту ім. І.А.Маркіної,
СИТНИК ОЛЕКСАНДР, здобувач вищої освіти
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ПІДПРИЄМСТВА

Управління іміджем організації є важливою складовою стратегічного управління, що включає в себе сукупність заходів, процесів і методів, спрямованих на формування та підтримку певного образу компанії в очах її основних стейкхолдерів, таких як співробітники, клієнти, партнери, інвестори та широка громадськість. Імідж організації – це не лише зовнішнє враження від її діяльності, але й глибоке сприйняття її культури, цінностей, принципів і стилю взаємодії з різними групами. Від того, яким буде цей образ, залежить здатність компанії досягати своїх стратегічних і тактичних цілей, а також її довгостроковий успіх на ринку.

Імідж – це відповідним чином сформований, аудіовізуально підкріплений, сприйнятий та усвідомлений суспільством на асоціативному рівні образ організації (особи, товару, послуги тощо), що впливає на її успіх та на конкурентоспроможність [1, с. 475].

Ефективне управління іміджем є необхідним для забезпечення довіри до організації з боку ключових аудиторій. Це, в свою чергу, сприяє підвищенню її конкурентоспроможності на ринку, створенню позитивного іміджу серед споживачів, що може бути визначальним фактором у виборі між конкурентами. Правильне формування іміджу дозволяє не тільки підтримувати стабільні відносини з поточними клієнтами, а й залучати нових споживачів, партнерів та інвесторів, що має вирішальне значення для розширення бізнесу.

Значну роль у процесі управління іміджем відіграє його вплив на внутрішні аспекти організації, зокрема на мотивацію працівників і загальний моральний клімат у колективі. Коли імідж організації сприяє формуванню позитивної корпоративної культури, співробітники відчувають гордість за свою компанію, що в свою чергу позитивно впливає на їхню продуктивність, ініціативність і лояльність. Такий підхід також дозволяє залучати таланти, адже високий імідж організації є важливим фактором для кваліфікованих фахівців, які шукають компанію, що відповідає їхнім цінностям і стандартам.

Імідж організації безпосередньо впливає на її репутацію, що є одним з найцінніших активів у сучасному бізнес-середовищі. Хороша репутація допомагає організації ефективно справлятися з кризовими ситуаціями, мінімізуючи можливі збитки та відновлюючи довіру після негараздів. Наприклад, у випадку негативного інциденту – будь то скандал з якістю продукту або непорозуміння з клієнтами – організація з гарним іміджем здатна швидко реагувати і відновити свою репутацію через відкриту комунікацію,



вибачення та вдосконалення своїх процесів.

Особливо важливим є те, що управління іміджем має взаємозв'язок із багатьма іншими аспектами діяльності компанії, такими як стратегічне планування, маркетинг, комунікації та лідерство. Імідж організації може бути розглянутий з різних ракурсів, і його класифікація залежить від того, на який конкретний елемент чи аспект організації акцентується увага (рис. 1).

Зовнішній імідж	<ul style="list-style-type: none"> • Це сприйняття організації з боку зовнішніх стейкхолдерів споживачів, партнерів, інвесторів, медіа тощо. Важливими елементами зовнішнього іміджу є брендинг, рекламні кампанії, публічні заходи, медіа-виступи, презентація продуктів та послуг.
Внутрішній імідж	<ul style="list-style-type: none"> • Це те, як організація сприймається її власними працівниками. Відображає корпоративну культуру, умови праці, стиль управління, рівень комунікації та взаємодії в колективі. Важливу роль відіграють мотивація співробітників, можливості для професійного розвитку та взаємоповага.
Імідж корпоративної соціальної відповідальності (CSR)	<ul style="list-style-type: none"> • Цей тип іміджу відображає ставлення організації до соціальних, екологічних та етичних питань. Організації з високим іміджем у цій сфері активно займаються благодійністю, охороною навколишнього середовища, підтримкою місцевих громад і дотримуються етичних стандартів у веденні бізнесу.
Імідж інноваційності	<ul style="list-style-type: none"> • Імідж інноваційної організації підкреслює її здатність розробляти нові технології, вирішувати проблеми творчими методами та пропонувати інноваційні продукти або послуги.
Імідж стабільності і надійності	<ul style="list-style-type: none"> • Імідж інноваційної організації підкреслює її здатність розробляти нові технології, вирішувати проблеми творчими методами та пропонувати інноваційні продукти або послуги.
Імідж лідера в галузі	<ul style="list-style-type: none"> • Імідж інноваційної організації підкреслює її здатність розробляти нові технології, вирішувати проблеми творчими методами та пропонувати інноваційні продукти або послуги.
Імідж кризи або негативний імідж	<ul style="list-style-type: none"> • Негативний імідж виникає через скандали, фінансові проблеми, неякісні продукти або послуги, погану репутацію серед працівників чи громадськості. Криза може виникати як результат неправомірних дій або в результаті неефективного управління.
Імідж етики та чесності	<ul style="list-style-type: none"> • Цей імідж підкреслює високі моральні та етичні стандарти організації, відповідальність у бізнес-діяльності та сприяння справедливим практикам як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі.

Рис. 1. Види іміджу організації

Різні види іміджу можуть взаємодіяти і впливати один на одного. Наприклад, зовнішній імідж організації, який пов'язаний з інноваційністю, може підкріплювати внутрішній імідж, де співробітники пишаються працювати в передовій компанії. Кожен вид іміджу має свої особливості і вимагає різного підходу в управлінні, щоб підтримувати загальний позитивний образ



організації на всіх рівнях її діяльності.

В аспекті модифікації корпоративного іміджу підприємства Ф. Котлер насамперед робить наголос на стилі управління керівника підприємства. На його думку, люди голосують за художника (керівника), а не за картину [4].

Згідно з Ф. Котлером, трансформація іміджу компанії часто починається зі зміни стилю управління. Це може включати:

- перехід до більш відкритої комунікації із громадськістю;
- розширення соціально відповідальних ініціатив;
- формування гнучкішої корпоративної культури, що враховує думку працівників;
- посилення клієнтоорієнтованого підходу.

Таким чином, Ф. Котлер підкреслює, що стиль управління керівника є важливим фактором не лише у внутрішньому функціонуванні компанії, а й у створенні її публічного іміджу, який впливає на довгострокову конкурентоспроможність та успіх підприємства.

Управління іміджем сучасного підприємства – це комплексний процес, що охоплює стратегічне планування, корпоративну культуру, комунікаційну політику, брендинг, управління якістю, соціальну відповідальність, кризові комунікації та використання цифрових технологій. Формування довгострокової стратегії іміджу має відповідати місії, візії та цінностям підприємства, враховувати ринкове середовище та очікування ключових стейкхолдерів. Внутрішній імідж визначається корпоративною культурою, сприятливим робочим середовищем і лідерською позицією керівництва, яке задає тон взаємодії всередині колективу.

Отже, управління іміджем сучасного підприємства є стратегічним процесом, що впливає на його конкурентоспроможність, репутацію та довгостроковий успіх. Ефективне формування іміджу вимагає комплексного підходу, який охоплює корпоративну культуру, комунікації, якість продукції, соціальну відповідальність та кризовий менеджмент. Важливу роль відіграють відкритість керівництва, адаптація до ринкових змін і використання цифрових технологій для моніторингу репутації. Послідовна реалізація іміджевої стратегії сприяє залученню клієнтів, партнерів та інвесторів, підвищуючи стійкість компанії на ринку. Таким чином, системне управління іміджем є ключовим фактором успішного розвитку та зміцнення довіри до бренду.

Список використаних джерел:

1. Семенчук Т.Б. Формування іміджу підприємства. *Вісник Мукачівського державного університету «Економіка і суспільство»*. Серія: економіка та управління підприємствами. 2016. Випуск 7. С. 473–477.
2. Артџомава Д. І. Чинники, що впливають на імідж підприємства URL: <https://intkonf.org/artomova-d-i-chinniki-scho-vplivayut-na-imidzh-pidpriemstva/> (дата звернення: 16.03.2025).
3. Котлер Ф., Фокс К. Стратегічний маркетинг для навчальних закладів. Київ : УАМ : Вид. Хімджест, 2011. 580 с.



<p align="center">ВАРАКСІНА ОЛЕНА, ЛИСЕНКО ЛІЛІЯ</p> <p>Підвищення якості аграрної продукції як одна з форм конкуренції за завоювання та утримання позиції на ринку.....</p>	<p>54</p>
<p align="center">ВОЛЬНИЦЬКА ЮЛІЯ. Науковий керівник - ФЕДИНЕЦЬ НАТАЛІЯ</p> <p>Механізм місцевого самоврядування в управлінні організаціями в умовах воєнного стану.....</p>	<p>56</p>
<p align="center">ВОРОНЬКО-НЕВІДНИЧА ТЕТЯНА</p> <p>Виклики та можливості стратегії сталого розвитку підприємства в контексті сучасних тенденцій.....</p>	<p>59</p>
<p align="center">ВОРОНЬКО-НЕВІДНИЧА ТЕТЯНА, ВАРАКСІНА ОЛЕНА, КИРИЧОК КАТЕРИНА</p> <p>Рациональне використання матеріальних стимулів для забезпечення конкурентоспроможності підприємства.....</p>	<p>61</p>
<p align="center">ВОРОНЬКО-НЕВІДНИЧА ТЕТЯНА, ВАРАКСІНА ОЛЕНА, СИТНИК ОЛЕКСАНДР</p> <p>Сучасні виклики управління іміджем підприємства.....</p>	<p>64</p>
<p align="center">ГРЖЕВА ОЛЬГА</p> <p>Трансформація ділового адміністрування підприємства в умовах диджиталізації.....</p>	<p>67</p>
<p align="center">ГОЛУБ ТЕТЯНА, РУДИЧ АЛЛА</p> <p>Статистика безробіття в Україні.....</p>	<p>70</p>
<p align="center">ГОМОН ОЛЕКСАНДР. Науковий керівник – ШУСТ ОЛЕНА</p> <p>Теоретичні підходи до трансформації поняття «управління підприємством»..</p>	<p>73</p>
<p align="center">ГОРБАТКО ДАНИІЛ. Науковий керівник – ЗАЙКА СВІТЛАНА</p> <p>Управління людськими ресурсами в умовах цифровізації.....</p>	<p>75</p>
<p align="center">ГРЕСЬ АРСЕН, ЛИТВИНЕНКО ДЕНИС. Науковий керівник – ВАСИЛЬЦІВ ТАРАС</p> <p>Принципи політики зміцнення економічної безпеки аграрних підприємств як інструмент регулювання структурних пропорцій в регіональній економіці.....</p>	<p>77</p>
<p align="center">ГРЕЧКО ОЛЕКСАНДР</p> <p>Формування ефективного механізму сталого розвитку машинобудівних підприємств в умовах сучасних економічних та соціальних викликів.....</p>	<p>80</p>
<p align="center">ГРИЩЕНКО АЛІНА. Науковий керівник – ЛАЗАРЕНКО ЮЛІЯ</p> <p>Система стимулювання персоналу як фактор ефективної діяльності банківської установи.....</p>	<p>83</p>
<p align="center">ГРІДІН ОЛЕКСАНДР</p> <p>Роль кваліфікації персоналу у забезпеченні якості процесів та результатів діяльності сільськогосподарських підприємств.....</p>	<p>86</p>
<p align="center">ГУБИШ ТАРАС, ГУБИШ ОЛЕКСАНДР. Науковий керівник – ТИБІНКА ГАЛИНА</p> <p>Регіональна політика імпортозаміщення.....</p>	<p>89</p>
<p align="center">ДЕНИСЮК ОЛЕНА</p> <p>Структурні елементи національної економіки: від правової багатозначності до гармонізації понять.....</p>	<p>91</p>
<p align="center">ДЕРГАЧ ЯНА. Науковий керівник – БУРКОВСЬКА АННА</p> <p>Управління процедурою бакрутства підприємств в умовах сучасних викликів.....</p>	<p>94</p>
<p align="center">JABIEV MURAD IRAZIM OGLU. Scientific supervisor – PROZOROVA NATALIA</p> <p>Human capital in the context of modern economic development.....</p>	<p>96</p>

644

