

Постійний органічний трафік підвищить кількість цільових дій на сайті (запис на консультацію, дзвінок).

Завдяки правильному налаштуванню контекстної реклами стоматології можна швидко отримати пацієнтів. Вже в перший день запуску рекламної кампанії відвідувачі зайдуть на сайт і запишуться на прийом. Інтернет-рекламу для стоматології можна налаштувати на певний район або радіус навколо клініки. Немає сенсу показувати рекламу людям на іншому кінці міста, де є інші стоматології. Виключення складають тільки унікальні послуги, заради яких пацієнти готові приїжджати з інших районів або міст. Контекстна реклама дає можливість гнучкого налаштування. Стоматологія – це високо конкурентна ніша, і тому рекламуватися в ній дорого. Чим вужче таргетинг, тим менше витрати рекламного бюджету й успішніше результат. Різні варіанти таргетинга дозволяють враховувати не лише геолокацію, але й стать, вік, інтереси пацієнта, особливості послуги.

В сучасних умовах нестабільного ринкового середовища важливо розробляти адаптивні маркетингові стратегії на засадах клієнтоорієнтованості, інноваційності (лікування лазером, імплантація зубної емалі, комп'ютерна анестезія, лікування під мікроскопом, плазмоліфтинг для укріплення кісткової тканини, зміцнення місцевого імунітету, вирішення проблем кровоточивості ясен, зменшення рухливості зубів [2]), які дозволяють стоматологічним закладам реагувати на зміни ринкового середовища, потреби споживачів, мінімізувати ризики та підтримувати конкурентні позиції впродовж тривалого періоду.

Список використаних джерел:

1. Маркетинг для стоматології. URL: <https://denta-list.com/marketing-dlya-stomatologiyi-faktori-uspihu/>
2. Сучасні технології в стоматології. URL: https://varta1.com.ua/news/top-5-suchasnyh-tehnologij-v-stomatologiyi_193534.html

Софія БРОВАРНА

здобувачка освітньо-професійної програми
«Менеджмент» ЗУНУ
Науковий керівник – к.е.н., доцент
кафедри менеджменту, публічного
управління та персоналу ЗУНУ
Любов ЗАСТАВНЮК

РОЛЬ ІМІДЖУ МЕНЕДЖЕРА В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ

Роль іміджу менеджера в процесі управління змінами полягає в тому, щоб забезпечити успішне впровадження змін і зберегти позитивний імідж організації серед зацікавлених сторін. Імідж

менеджера відіграє важливу роль у змінному процесі, оскільки він має знання про те, як імідж організації може бути зіпсований в результаті неефективних змін. Він виступає як зовнішній і внутрішній комунікатор, що спілкується з клієнтами, партнерами, працівниками та іншими зацікавленими сторонами, щоб забезпечити розуміння і підтримку змін.

Імідж керівника, сформований відповідно до соціальних потреб і очікувань середовища, є фактором неформального управлінського впливу на соціальну групу і сприяє формуванню організаційної та корпоративної культури в організації, забезпечує підвищення ефективності управлінської діяльності, покращує психологічний клімат і виконавчу дисципліну підлеглих. Залежність іміджу керівника від очікувань оточуючих вимагає відповідних поведінкових установок, а також відповідних рольових позицій. Очікування інших не завжди виправдовуються менеджером, оскільки вони неформальні, але вони суттєво впливають на його імідж.

Загальне сприйняття організації, враження, яке вона справляє у зовнішньому та внутрішньому середовищах, формується на основі іміджу її керівника.

Поняття «імідж» походить від латинського «*imago*», з яким пов'язане латинське слово «*imitarius*», що означає «наслідувати», «створювати образ» [2]. Імідж – це сукупність уявлень і вражень індивіда про той чи інший об'єкт, які багато в чому визначають майбутнє ставлення і дії суб'єкта щодо об'єкта [3].

Досліджуючи природу іміджу, науковці зосереджують увагу на його об'єктивній зумовленості, в основі якої лежать певні властивості масової свідомості, тобто вплив на неї суспільних стереотипів [1]. Стереотипи проявляються у вигляді стійких, емоційно-зabarвлених, спрощених моделей об'єктивної дійсності, певних оцінок, суджень, які мають форму понять і можуть викликати у людей симпатію чи неприязнь, пов'язану з набутим досвідом. Вони важливі для оцінки людиною соціальних явищ і процесів, сприяючи «скороченню» процесу їх сприйняття і розуміння, швидкому прийняттю рішень.

Менеджер в управлінні змінами відіграє важливу роль, зокрема у забезпеченні ефективної реалізації змін в організації. Основним завданням менеджера в управлінні змінами є забезпечення успішної імплементації нових стратегій, процесів та технологій в організації. Для цього менеджер повинен виконувати наступні функції:

1. Аналізувати ситуацію: Менеджер повинен ретельно проаналізувати поточну ситуацію в організації та визначити, що потребує змін.

2. Розробляти стратегію змін: На основі аналізу менеджер повинен розробити стратегію змін, визначити мету та цілі змін, планувати кроки,

які потрібно зробити для реалізації змін.

3. Управляти командою. Менеджер повинен вміти управляти командою, включаючи керування проектом, визначення ролей та відповідальності учасників процесу.

4. Комунікувати зі співробітниками: Менеджер повинен бути відкритим до спілкування та вміти ефективно комунікувати зі співробітниками щодо змін, що відбуваються в організації.

5. Забезпечувати підтримку. Менеджер повинен забезпечити підтримку співробітників у процесі змін. Це може включати проведення навчання, надання підтримки та допомоги у вирішенні проблем, які виникають під час змін.

6. Моніторити та оцінювати ефективність. Менеджер повинен моніторити та оцінювати ефективність змін, щоб визначити, чи досягнуті були поставлені цілі та які відбулися зміни в організації та її співробітниках. Для цього можуть використовуватись різні методики, наприклад, аналіз статистичних даних, опитування співробітників, спостереження за роботою та інше.

Оцінювання ефективності змін допоможе менеджеру зрозуміти, які зміни принесли бажані результати, а які не дали очікуваного ефекту, і що можна зробити, щоб поліпшити ситуацію. Крім того, моніторинг і оцінювання ефективності змін дозволяють збирати дані для подальшого аналізу та вдосконалення процесу управління змінами в організації.

Моніторинг та оцінювання ефективності змін - це постійний процес, який повинен відбуватись протягом усього періоду здійснення змін, щоб забезпечити їх успішну реалізацію та виявити можливі проблеми, які можуть виникнути по ходу роботи. Отже, моніторинг та оцінювання ефективності змін - це важлива складова управління змінами в організації, яка дозволяє менеджеру зрозуміти, які зміни відбулися та який їх вплив на організацію та її співробітників.

Таким чином, роль іміджу керівника в процесі управління змінами полягає в забезпеченні успішного впровадження змін та збереженні позитивного іміджу організації серед зацікавлених сторін. Керівник повинен організувати ефективну комунікацію між всіма сторонами та забезпечити розуміння та підтримку змін. Крім того, керівник повинен допомагати підготувати всі необхідні матеріали та інформацію для ефективного впровадження змін та забезпечити належну підтримку серед всіх зацікавлених сторін.

Список використаних джерел:

1. Геращенко І. О. Напрямки підвищення ефективності управління фінансовою стійкістю на підприємстві. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки): зб. наук. пр. Харків: НТУ «ХПІ», 2018. № 20 (1296). С. 65-68.*

2. Дуднева Ю., Кірьян О. Імідж керівника як управлінська та соціально-психологічна категорія. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2012_15/statti/14Dydnev.pdf

3. Дуткевич Т. В. Конфліктологія з основами психології управління: навч. посіб. К : Центр навчальної літератури, 2005. 456 с.

4. Шкільняк М. М., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: підручник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 258 с. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/46199/1/MenedjmentPD_B5_1.11.22.pdf

Віталій БУДНЯК,

здобувач освітньо-наукової програми
«Менеджмент»

Західноукраїнського національного університету

Руслан АВГУСТИН,

д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу

Західноукраїнського національного університету

Лілія БУДНЯК

к. фарм. н., доцентка, доцентка кафедри
управління та економіки фармації з технологією ліків
Тернопільського національного медичного університету
імені І. Я. Горбачевського МОЗ України

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

Планування персоналу насамперед спрямоване на досягнення цілей динамічного і пропорційного розвитку персоналу, включаючи розрахунок кваліфікаційної структури та визначення загальної та додаткової потреби в персоналі на майбутній період. Цей процес можна класифікувати за тривалістю, обсягом, об'єктами планування, способами розробки, якісними та кількісними характеристиками.

Етапи планування персоналу включають оцінку наявного персоналу, прогнозування майбутніх потреб та розробку програм для задоволення цих потреб [1, 2, 5].

Формування персоналу є особливо важливим етапом в життєвому циклі підприємства, який має визначальний вплив на його інноваційний потенціал та перспективи подальшого розвитку. Під час цього етапу закладається фундамент для ефективного використання ресурсів підприємства та розвитку конкурентних переваг [4, 5].

Використання цифрових технологій в управлінні персоналом дозволяє відійти від застарілих стандартів і відкриває нові можливості для виявлення потенціалу та здібностей працівників. Завдяки цьому