

Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Дніпровська академія неперервної освіти

100-річчю ДДАЕУ
присвячується

МАТЕРІАЛИ

10-ї Всеукраїнської науково-практичної
конференції

**«РОЗВИТОК ФОРМ І МЕТОДІВ
СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В
УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»**

Том 1

8-9 листопада 2022 року

м. Дніпро

ЗМІСТ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Байдак І. Коучинг – як модель управлінського консультування	5
Горобець Н.М., Рудер А.В. Проблеми менеджменту агробізнесу під час війни	7
Гулик Т., Чайковський О. Щодо сутності потенціалу підприємства	9
Крамаренко А., Вишневська М. Сучасні системи управління ефективністю організацій	12
Мельник Л., Аршинова А. Корпоративна культура в малому бізнесі	17
Сичова М., Морозова О. Особливості стратегічного управління в аграрних підприємствах	20
Момот В., Литвиненко О. Особливості забезпечення економічної самостійності біженців з України у Франції	23
Николин Д. Особливості порівняння інвестиційних проектів в АПК	27
Омельченко Д., Крамаренко А. Проблеми ставлення керівника до персоналу і як на це впливає професіоналізм	31
Осадчук О. Актуальні проблеми менеджменту в умовах глобалізації	35
Сичова М., Байдак Д. Еволюція розвитку управлінського консультування	42
Тропіна О., Мельник Д., Лейченко С. Виробничі системи як об'єкт сучасного менеджменту	44
Орленко Ю., Лебеденко О. Ключові аспекти мотивації праці персоналу фармацевтичних організацій	47
Пономаренко Ю. Програмні засоби сучасного тайм-менеджменту	52

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Семенова Т., Алексеєнко М. Аналіз товарної політики промислового підприємства	56
Вовк О. Визначення змісту і сутності інформаційно-комунікаційного потенціалу сучасного підприємства	62
Гаркавий В. Злиття і поглинання як поширений метод організаційного розвитку	65

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В МАЛОМУ БІЗНЕСІ

ЛЕСЯ. МЕЛЬНИК, к.е.н., доцентка

АНАСТАСІЯ АРШИНОВА, студентка гр. МгМТз-1-21

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Сьогодні власники бізнесу все більше усвідомлюють, що одне з ключових завдань керівника – створювати нові інноваційні ідеї і відкривати нові перспективи. Вони запускають серйозні проекти трансформації корпоративної культури і систематизації бізнесу.

Міцна корпоративна культура може дати компанії багато – згуртувати команду працівників, підвищити їх лояльність до компанії, зменшити плинність кадрів, створити компанії хорошу репутацію як всередині самого підприємства, так і ззовні тощо. Здорова корпоративна культура може підвищити прихильність і продуктивність співробітників, в той час як нездорова культура може гальмувати зростання компанії або навіть сприяти провалу бізнесу.

Багато підприємців, вперше відкриваючи нову справу, цілком природно, як правило, беруть на себе велику відповідальність. Однак у міру зростання компанії і набору співробітників авторитарний стиль управління, який власник бізнесу успішно використовував в дуже маленькій компанії, може стати згубним. Замість того, щоб намагатися зберегти контроль над усіма аспектами бізнесу, власник малого бізнесу повинен прагнути змусити всіх інших в організації виконувати свою роботу, а ви створюєте середу, щоб вони зробили це.

У здоровій культурі співробітники вважають себе частиною команди і отримують задоволення, допомагаючи компанії в цілому добитися успіху. Коли співробітники відчувають, що вони вносять свій внесок в успішну роботу групи, їх рівень прихильності і продуктивності, а значить, і якість продуктів або послуг компанії, ймовірно, покращаться. Навпаки,

співробітники з нездоровою культурою схильні розглядати себе як окремих людей, відмінних від компанії, і зосереджуються на власних потребах. Вони виконують тільки самі основні вимоги своєї роботи і їх головна і, можливо, єдина мотивація – це зарплата.

Оскільки всі компанії різні, є багато засобів розвинути працюючу культуру. Є такі принципи, які власники малого бізнесу повинні враховувати для створення здорової корпоративної культури:

1) **Переважна корпоративна культура починається зверху.** Підприємці повинні пояснювати і ділитися своїм баченням майбутнього компанії зі своїми працівниками. Власники малого бізнесу повинні усвідомлювати, що їх власну поведінку і ставлення встановлюють стандарти для всієї робочої сили. Власники малого бізнесу, які подають поганий приклад в таких областях, як спосіб життя, високі стандарти якості, ділова або особиста етика, а також відносини з іншими, напевно, буде виявлена, що їх компанія визначає такі характеристики.

2) **Ставтеся до всіх співробітників однаково.** Підприємці повинні однаково ставитися до всіх співробітників. Це не означає, що власники бізнесу не можуть винагороджувати співробітників, які досягають успіху, але це означає, що взаємодія з усіма співробітниками повинна бути заснована на повазі до них. Одна з пасток в цій області для багатьох власників малого бізнесу – кумівство. Багата кількість малих підприємств є сімейними і управляються так. Але це не повинно мати значення в повсякденних операціях.

3) **Рішення про прийом на роботу повинні відображати бажану корпоративну культуру.** Мудрий власник малого бізнесу найме працівників, які будуть добре ставитися до клієнтів і колег, і присвятить себе вирішенню завдань, за які вони несуть відповідальність. Зрештою, «добре ставлення» – важлива складова будь-якої здорової корпоративної культури. Але підприємці та їхні менеджери також повинні переконатися, що рішення про прийом на роботу не ґрунтується на

етнічних, расових або гендерних питаннях. Крім того, підприємствам зазвичай вигідніше мати різноманітну робочу силу, а не занадто однорідну.

4) **Двосторонній зв'язок має важливе значення.** Власники малого бізнесу, які реалістично обговорюють проблеми зі своїми співробітниками і залучають співробітників до їх вирішення, швидше за все, будуть винагороджені здоровим внутрішнім середовищем. Це може бути важливим активом, оскільки після того, як оформувалася культура участі і залучення, це може допомогти просунути малий бізнес попереду конкурентів.

З іншого боку, проблеми з корпоративною культурою можуть зіграти важливу роль в невдачах малого бізнесу. Коли співробітники виконують тільки ті завдання, які необхідні для їх власної роботи, замість того щоб докладати додаткових зусиль від імені всього бізнесу, продуктивність знижується, і зростання зупиняється. На жаль, багато підприємців схильні ігнорувати розвинення культури в своєму бізнесі, поки не стане занадто пізно для внесення необхідних змін.

У сучасних умовах стала очевидною потреба в розробленні принципово нових підходів до організації діяльності підприємств, особливо коли це стосується виходу організації на міжнародні ринки. Основною перешкодою трансформації управління будь-якого бізнесу є персонал, орієнтований, переважно, на пасивні форми адаптаційної діяльності. У зв'язку із цим процес реалізації таких перетворень потребує комплексного підходу з використанням стратегічного ресурсу розвитку організації – її корпоративної культури. Вона є системотворним елементом підприємства та впливає на всі сфери його діяльності. Корпоративна культура відіграє вирішальну роль у мобілізації всіх ресурсів підприємства для розширення кордонів своєї діяльності та виходу на міжнародні ринки. Вона пов'язана із широкою концептуальною основою, що охоплює переконання працівників, їхні взаємовідносини між

собою і зовнішнім світом; ґрунтується на психології формування практичного досвіду, становить його ціннісні орієнтири. Корпоративна культура надає сенс діяльності людей, наповнює її змістом, стимулює активність і новаторство та, беззаперечно, створює позитивний фон для трансформації підприємства.

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

МАРІНА СИЧОВА, к.е.н., доцент,

ОЛЕНА МОРОЗОВА, магістрант

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Сутність управління стратегічним розвитком аграрного підприємства зводиться до того, що компанії чітко визначають стратегічні напрями свого розвитку, розробляють відповідні стратегії, стратегічні плани та дії, які дозволять досягати поставлених цілей та вирішувати певні завдання. З іншого боку, формується відповідна структура управління, визначаються ресурси, механізми взаємодії, інструменти, технології, важелі задля забезпечення ефективної реалізації стратегії, підвищення конкурентоспроможності, збільшення конкурентних переваг тощо.

Управління стратегічним розвитком аграрних підприємств є багатограним, формальним і поведінковим процесом управління, що допомагає формулювати і реалізовувати ефективні стратегії, які сприяють балансу відносин між підприємством, включаючи її окремі сторони, і зовнішнім середовищем, і досягненню поставлених цілей.

Зробити стратегічний вибір означає об'єднати бізнес-рішення та конкурентні дії в єдине ціле. Єдність дій та підходів відобразить