

У багатьох багатопрофільних корпораціях при виробленні стратегічних рішень рівні бізнес-одиниць недооцінюється справжня сила, стимулююча роботу – це культура, накопичені в бізнес-одиницях корпорації ключові компетенції, рівень кваліфікації її персоналу і сила мотивації. Ряд досліджень показав, що найбільшого успіху досягають корпорації з сильною і дієвою культурою, яка акцентує увагу на важливості командної роботи і сервісі, що надається покупцям, і яка створює незвичайний зв'язок між працівником і фірмою.

Література:

1. Стратегічний менеджмент. навч. посіб. / за заг. ред. Бутка М. П. К. : «Центр учбової літератури», 2016. 376 с.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОМАНДОЮ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Т. С. МОРЩЕНОК, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та онтопсихології

І. Б. ХОМЕНКО, канд. екон. н., доцент кафедри менеджменту та онтопсихології
Приватний вищий навчальний заклад «Інститут психології і підприємництва», м. Київ, Україна

Робота та життя в умовах воєнного стану стали новою реальністю для українців після 24 лютого 2022 року. Звісно, частка українських компаній припинили свою діяльність, але більшість – намагається працювати, шукаючи нові можливості і трансформуючи бізнес-процеси. Персонал, колектив залишається головним стратегічним ресурсом компанії, від злагодженої, ефективної роботи якого залежить, наскільки бізнес впорається з новими викликами.

В той же час, варто відмітити, що через початок бойових дій на території країни багатьом компаніям довелося скоротити кількість співробітників. За результатами проведеного UA Business Global опитування (в опитуванні прийняло участь понад 130 власників бізнесу), 40% опитаних компаній зменшили команду більше як на 30 відсотків, 23% опитаних незначно скоротили команду, 27% - зберегли команду без змін, а 10% - навіть розширили штат [1].

Працюючи в складних, небезпечних умовах, власників бізнесу, керівників й менеджерів компаній турбує питання: як підтримати команду під час війни та спрямувати її зусилля на досягнення позитивних результатів. За час воєнного стану в більшості співробітників змінилися ціннісні орієнтації та потреби, а отже, і мотивація праці. Якщо раніше велика кількість людей була націлена на розвиток та кар'єрне зростання, то зараз для тих, хто знаходиться у більш-менш безпечних умовах, важливішою, на думку HR-менеджера О. Вітьковської [2], стала наявність роботи загалом та фінансова стабільність для забезпечення себе і родини. На нашу думку, до цих факторів слід додати ще психологічну підтримку керівництва компанії. Через це змінюються й інструменти управління командою, колективом компанії.

Розглядаючи фактори, що впливають на роботу команди компанії, можна виділити такі основні:

- зовнішнє середовище;
- кількість працівників, їх компетенції, мотивація, ролі у команді (чітко визначено хто і за що відповідає);
- комунікативні процеси та соціально-психологічний клімат у колективі;
- цілі та розуміння того, для чого і куди треба рухатися.

Звісно, люди не можуть повністю ігнорувати зовнішнє середовище і впливати на дану ситуацію, а тому відчувають страх, переживають негативні емоції, стрес тощо. В той же час у людей настає певна дезорієнтація, оскільки те, що було для них важливим у мирний час, під час війни може не мати ніякого сенсу. Перебуваючи в негативному емоційно-психічному стані, вони не можуть успішно працювати. І тому головна роль керівника, HR-менеджера в управлінні командою полягає в діагностуванні психоемоційних станів членів команди і забезпеченні нормального робочого середовища.

Для адаптації колективу до нинішніх обставин та забезпечення нормального робочого середовища керівник компанії, команди або звичайний HR-менеджер повинен:

- намагатися в психологічному аспекті знижувати негативний вплив зовнішнього середовища на колектив, наскільки це можливо (вести конструктивну комунікацію щодо подій, ділитися позитивними новинами тощо);

- проявляти більше участі та емпатії до колег, бо людяність надважлива. Вміння вислухати людину та підтримати її в будь-якій ситуації є запорукою добрих та відкритих відносин у колективі. Іноді просто вислухавши людину, можна допомогти в десятки разів більше, ніж випробувувати будь-які інші методи взаємодії;

- намагатися здійснювати більше ділових комунікацій з колективом, проводити корпоративні онлайн та офлайн зустрічі, своєчасно виявляти та попереджати конфліктні ситуації. Спілкування один із одним надає підтримку, відчуття надійності та приналежності до єдиної команди;

- донести до кожного члена команди нові цілі і завдання, адекватні новим реаліям, оскільки саме цілі виступають фактором мотивації діяльності, і для команди дуже важливо знати, що її робота є потрібною. А зрозумілі завдання допоможуть налаштуватися на ефективні кроки та відволіктись від поганих новин і думок під час їх виконання;

- знаходити можливість залучати експертів з професійних питань для проведення семінару/тренінгу для команди, що дозволить відволіктись від ситуації, та одночасно буде корисним в плані особистісного розвитку;

- провести інструктажі щодо дій при настанні будь-яких критичних ситуацій та повітряних тривогах. Це збільшує відчуття захищеності та зменшує стрес.

Отже, вищенаведені поради допоможуть керівнику компанії, менеджеру утримувати команду в психоемоційному стані, необхідному для досягнення позитивних результатів в екстремальних умовах, викликаних бойовими діями на території України.

Література:

1. Війна та бізнес: як український малий бізнес адаптується до війни. Дослідження від UA Business Global. Дія.Бізнес: веб-сайт. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/iniciativi/ua-business-global-research>. (дата звернення: 30.01.2023).
2. Вітьковська О. HR менеджмент під час війни: як піклуватися про персонал. HURMA: веб-сайт. URL: <https://hurma.work/blog/hr-menedzhment-pid-chas-vijny-yak-pikluvatysya-pro-personal/>. (дата звернення: 30.01.2023).

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

А. О. МОСКВИНА, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії та міжнародної економіки

Є. С. ПОНОМАРЕНКО, студентка

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна*

В умовах посиленої міжнародної конкуренції підприємствам необхідно швидко приймати рішення. В такій ситуації невід'ємною умовою успіху на міжнародних ринках є вдале стратегічне планування, мета якого встановити певний порядок дій для підготовки ефективного функціонування конкурентоспроможного підприємства.

Процес стратегічного планування є інструментом, що допомагає забезпечувати основу ефективного управління підприємством. Його завдання полягає в тому, щоб достатньою мірою забезпечити нововведення та зміни в організації підприємства для досягнення конкурентоспроможної позиції на міжнародному ринку.

У процесі стратегічного планування вирішуються чотири основні завдання: адаптація до зовнішнього середовища; внутрішня координація; розподіл ресурсів; організаційне стратегічне передбачення.

Процес стратегічного планування передбачає проходження кількох етапів: аналіз сильних та слабких сторін діючої системи управління; оцінка та аналіз довкілля; аналіз стратегічних альтернатив; вибір, оцінка та реалізація стратегії розвитку.

В процесі прийняття стратегічних рішень необхідно слідувати за такими напрямками: аналіз позицій підприємства у конкурентній боротьбі, його перспектив, шляхів диверсифікації, вибір стратегії та постановка завдань.

Виділяють дві групи завдань: короткострокових та стратегічних. Поточні програми орієнтують підприємства у їхній повсякденній роботі, спрямованої на забезпечення поточної рентабельності. Стратегічні програми закладають основи майбутньої рентабельності.

Стратегічні плани мають обґрунтовуватися великими дослідженнями та фактичними даними, тому необхідно постійно займатися збиранням та аналізом великої кількості інформації про ринок, галузі народного господарства, конкуренцію тощо, та бути розроблені так, щоб вони залишалися не лише цілісними, але й зберігали гнучкість. Загальний стратегічний план слід