

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



ТЕЗИ

**II ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**2 – 3 КВІТНЯ 2020 р.
м. Одеса**

Під основними поняттями активної участі в справах суспільства зарубіжні дослідники розглядають цивільні цінності, що формуються в процесі громадянського виховання, де в основу формування почуття громадянської відповідальності та активної громадянської позиції у студентської молоді покладено ідею повноцінної участі особистості в вирішенні суспільно значущих завдань, що передбачає поєднання формування навичок соціальної практики з глибоким засвоєнням основ соціальних наук.

Науковий керівник – к. і. н., доц. Черняк Г.А.

Література:

1. Б.В. Егоров, Г.А. Черняк, С.В. Шувалов, Г.Н. Станкевич, В.П. Самокиш, С.Н. Тодорова, Ю.А. Работин, Ю.Г. Ненашев, Г.В. Ангелов. Социально-культурологические аспекты общения в сфере современных массовых коммуникаций /под общей редакцией проф. Г.В. Ангелова, проф. кафедры Г.А.Черняк. - Изд-во КП ОМД, 2018. - 502 с.

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Аун В.М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

В останні роки управлінські служби не тільки змінили відношення до культури організації, але й зайняли активну позицію у використанні її як фактору підвищення конкурентоспроможності, адаптивності, ефективності виробництва та управління. Тому формування корпоративної культури є стратегічно важливою складовою структурного реформування, що зумовлює актуальність наукових досліджень.

Метою роботи є дослідження сутності корпоративної культури як інструменту ефективного управління персоналом. Досягнення мети передбачає розв'язання наступних завдань: проаналізувати основні концептуальні підходи щодо визначення корпоративної культури та виділити її головні структурні компоненти; охарактеризувати основні складові корпоративної культури; дослідити вплив корпоративної культури на ефективність та конкурентоспроможність діяльності підприємства.

Корпоративна культура включає в себе і стиль поведінки, і стиль спілкування з клієнтами та колегами, і активність співробітників, їх зацікавленість, рівень мотивації та багато іншого. Мета корпоративної культури – забезпечення високої прибутковості організації за допомогою вдосконалення управління людськими ресурсами щодо забезпечення лояльності співробітників до керівництва, виховання у працівників ставлення до підприємства як до свого будинку.

Нині немає єдиного підходу до трактування поняття «корпоративна культура». До того ж, різні автори для її характеристики використовують такі терміни як: «культура», «організаційна культура», «культура організації», «фірмова культура», «культура підприємництва».

Так, корпоративна культура – це добре сформована система керівних

переконань, принципів і технологій у життєдіяльності підприємства [1].

Корпоративна культура виявляється у філософії та ідеології управління, ціннісних орієнтаціях, віруваннях, очікуваннях, нормах поведінки. Корпоративна культура регламентує поведінку людини, а також дає можливість прогнозувати її реакцію в критичних ситуаціях [2, с. 45].

Дослідники виділяють три рівні корпоративної культури [3]: артефакти; загальні цінності та переконання, які виражені у словах і справах; основні припущення та глибокі переконання. При цьому кожен наступний рівень є все менш очевидним.

Самий верхній, поверхневий рівень корпоративної культури складають видимі об'єкти, артефакти культури: манера вдягатися, правила поведінки, фізичні символи, організаційні церемонії, розташування офісів. Другий рівень корпоративної культури складають виражені в словах і справах працівників підприємства загальні цінності та переконання, що свідомо поділяються і культивуються членами підприємства, які виявляються в їхніх розповідях, мові, використовуваних символах. Але деякі цінності закладені у корпоративній культурі настільки глибоко, що робітники просто їх не помічають. Ці базові, основні переконання і складають сутність корпоративної культури. Саме вони керують поведінкою та рішеннями людей на підсвідомому рівні [3, с. 87].

Аналізуючи найбільш значущі фактори, що впливають на формування корпоративної культури, можна визначити наступні критерії, відповідність яким свідчить про сильну корпоративну культуру:

- спільність інтересів – більшість співробітників і менеджерів поділяють спільні цінності і методи ведення бізнесу;
- адекватність обраної стратегії – цілі компанії не протирічають корпоративній культурі;
- адаптивність культури – здатність бути каталізатором змін.

Корпоративна культура має бути тим, переважно невидимим, фактором діяльності організації, що живить усі процеси та з'єднує воедино всі елементи та механізми менеджменту, забезпечуючи при цьому раціональність та гармонію дій [1].

Корпоративна культура підприємства справляє вплив на працівників при введенні та соціалізації їх в організації, але вона має діяти і в напрямку спрямування їх на розвиток, на професійне навчання, підвищення якості своєї робочої сили. Вона повинна бути спрямована таким чином, щоб працівники організації вбачали в своєму розвитку підвищення ефективності діяльності підприємства.

Підсумовуючи вище сказане можна зробити висновки, що корпоративна культура у системі управління підприємством має розглядатися як стратегічний інструмент, що дає змогу орієнтувати усі його підрозділи та усіх працівників на загальні цілі, підвищувати ініціативу персоналу, забезпечувати відданість загальній справі, полегшувати спілкування. Чим вище рівень корпоративної культури, тим вище престиж та конкурентоспроможність підприємства.

Науковий керівник – к.і.н., ст. викл. Ботіка Т.С.

Література:

1. Управління персоналом: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 512 с.
2. Чернявський А.Д. Корпоративне управління: навч. посіб. – К.: МАУП, 2007. – 208 с.
3. Управление предприятием / Под ред. В.Н. Войтоловского, А.М. Лайкова. – Л.: ЛФЭИ, 2006. – 570 с.

РОЛЬ ДЕРЖАВИ В АКТИВІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Литвинюк А.С., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Розвиток сучасних глобалізаційних процесів, а також зростання на цьому тлі міжнародної конкуренції сприяє підвищенню інтересу багатьох компаній до реалізації стратегій і програм корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), заснованих на добровільному прийнятті на себе додаткових зобов'язань перед суспільством.

З одного боку, це загальносвітова тенденція, яка пояснюється прагненням підприємств щодо збільшення своєї конкурентоспроможності та прибутку за рахунок поліпшення іміджу бренду та зміцнення ділової репутації фірми, що є об'єктивним фактором розвитку КСВ і в Україні зокрема.

З іншого боку, масштаби соціальних програм, що реалізуються, такі неістотні на тлі сучасних економічних, соціальних та екологічних проблем, що закономірно зростає інтерес дослідників до пошуку шляхів і механізмів стимулювання соціальної відповідальності бізнесу за допомогою інструментів державної економічної політики.

Завдання на зближення пріоритетів розвитку корпорацій, суспільства та держави набуває актуальності. Відображення цього є поступове вивчення та подальша імплементація досвіду зарубіжних країн щодо взаємодії влади та суспільства, інтеграція корпоративних інтересів в державну соціальну політику для вирішення найбільш значущих суспільних проблем, а також забезпечення сталого розвитку економічної системи.

Найбільш вдалих результатів досягли країни, які використовують системний підхід у розвитку КСВ. Він включає комплексну реалізацію наступних напрямів державної політики: формування законодавчо-правової бази в області КСВ, співпрацю з бізнесом у реалізації соціально значущих ініціатив, використання податкових та інвестиційних інструментів, міжнародне співробітництво з КСВ, визнання та демонстрацію схвалення практики розвитку КСВ, а також інформаційну, методичну й інституційну підтримку розвитку КСВ.

Таким чином, для заохочення бізнесу до соціально-відповідальної поведінки, держава може використовувати різноманітні принципи стимулювання – від м'яких форм регулювання та мотивації до жорстко визначених законодавством вимог.

ГРОМАДСЬКУ ПОЗИЦІЮ

Костенюк А.М., студ. СВО «Бакалавр» факультету ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник – к. і. н., доц. Черняк Г.А.

106. ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СТУДЕНТСТВА 246
Коваль Д.В., студент СВО «Бакалавр» факультету ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник – к. і. н., доц. Черняк Г.А.
107. ВПЛИВ ІНТЕРНЕТУ І МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ НА РОЗВИТОК ДУХОВНО-МОРАЛЬНИХ ЦІНОСТЕЙ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ 248
Леонова М.О., студ. СВО «Бакалавр» факультету ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник – к. п. н., доц. Петракова Є.Р.
108. СУТНІСТЬ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ ТЕХНІЧНИХ ВУЗІВ 249
Бахчеван В. Д., студ. СВО «Бакалавр» факультету ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник – к. і. н., доц. Черняк Г.А.
109. РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ У ФОРМУВАННІ АКТИВНОЇ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ПОЗИЦІЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ 251
Мальчева А.Д., студ. СВО «Бакалавр» факультету ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник – к. і. н., доц. Черняк Г.А.
110. СОЦІАЛЬНА АКТИВНІСТЬ, ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ 253
Самсонова А.О., студ. СВО «Бакалавр» факультету ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник – к. і. н., доц. Черняк Г.А.
111. ФОРМУВАННЯ ПОЧУТТЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА АКТИВНОЇ ГРОМАДСЬКОЇ ПОЗИЦІЇ У СТУДЕНТІВ (ЗАГАЛЬНОЄВРОПЕЙСЬКИ ЧИННИКИ) 255
Скрипова М.О., студ. СВО «Бакалавр» факультету ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник – к. і. н., доц. Черняк Г.А.
112. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ 257
Аун В.М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник – к.і.н., ст. викл. Ботіка Т.С.
113. РОЛЬ ДЕРЖАВИ В АКТИВІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ 259
Литвинюк А.С., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса