

**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**

або виробництва при супермаркетах. Пропозиція виготовляти напівфабрикат хлібу дозволить збільшити продажі за рахунок нового каналу збуту B2B. Адже є супермаркети, невеликі магазини, ресторани та кафе, які хочуть пропонувати свіжу випічку але невзможі це робити за умови повного власного приготування, натомість часткове приготування, тобто доведення напівфабрикату до стану готовності вони можуть зробити. Цей канал збуту може компенсувати ті втрати ринку, що хлібозаводи понесли останнім часом;

другий – свіжопакований продукт з повним приготуванням, однак з характеристиками тривалішого зберігання. За таких умов, хлібозаводи можуть значно збільшити географію реалізації замість звичайного більш локального діаметру продажу.

третій – виходячи з перших двох пропозицій, у перспективі треба буде розглядати використання логістичних операторів, які здійснювали б поставки від виробництв до дистрибуційних центрів, а звідти до місць продажу.

Подана концепція дає змогу збільшити продажі та реалізувати ефект масштабу для хлібозаводів у сучасних умовах

Науковий керівник – к.е.н., доц. Дроздова В.А.

Література:

1. Сайт: Навчальні матеріали онлайн. Поняття логістики, її функції та завдання. 2010. URL: <https://pidruchniki.com/>
2. Васильців Н. М., Якимішин Л. Я., Мельниченко О. С. Логістика та ефект масштабу на ринку хлібопродуктів. Національний університет «Львівська політехніка». Львів. 2007. с. 370-376.

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК СУЧАСНОГО

Крисанов О.Л. студ. СВО “Магістр” ф–ту ТТХПіПБ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

В останні роки корпоративна культура є однією з основних критеріїв ефективного управління на підприємстві. Розробка та дотримання в організації принципів корпоративної культури повинно покращити організованість та керованість компанією, що в свою чергу, як показує досвід, призводить до зменшення витрат та збільшує фінансові показники підприємства. Так як корпоративна культура є специфічною сферою діяльності і включає в себе відмінні від інших критерії, які, як правило, мають нематеріальний характер і розглядаються як невидима частина організації, цей напрям все більше привертає до себе уваги. Корпоративна культура на даний час є відносно недослідженою для нашого суспільства. Дослідження і вивчення корпоративної культури ускладняється тим, що вимоги до неї не регламентовані документами і визначена лише за допомогою окремих декларованих принципів. Між корпоративною культурою та менеджментом на підприємстві існує тісний зв'язок. Передусім передумовами розвитку корпоративної культури на сучасних підприємствах є процеси, що відбуваються в економіці країни. Корпоративна культура на сьогодні є атрибутом сучасного підприємства, яке піклується про свою репутацію та імідж.

На сьогоднішній день відсутній єдиний підхід до визначення суті поняття

«корпоративна культура». Різні джерела трактують її поняття по різному, але якщо узагальнити думку науковців, корпоративну культуру можна охарактеризувати як сукупність організаційних відносин людей, що засновані на неформальних та формальних правилах і нормах поведінки людей на підприємстві та за його межами. По суті корпоративна культура є сукупністю стереотипів поведінки та дій що утворилися за часи становлення економіки і які складаються з ділової культури та встановлених «правил гри». Крім того, на формування корпоративної культури підприємства впливає культура суспільства в умовах якої воно працює. На підприємствах корпоративна культура зазвичай зводиться до зовнішнього вигляду, організації спільного відпочинку працівників, а увага створенню єдиного корпоративного духу, стилю поведінки, іміджу не приділяється. Щодо працівників підприємств, то з їхньої сторони основними показниками корпоративної культури є: змога професійного та кар'єрного росту, товариські взаємини з колегами, матеріальне заохочення та пільги. Враховуючи вищенаведене, керівники організацій розглядають корпоративну культуру з сторони необхідних потреб для реалізації цілей організації, а працівники розглядають її як створення сприятливих умов для виконання поставлених завдань та самореалізації і саморозвитку персоналу [1].

Утворення корпоративної культури починається з визначення системи внутрішніх цінностей підприємства, основних ідей і положень, місії підприємства. Місія підприємства враховує основні принципи, мету діяльності, стиль керування, зобов'язання перед споживачами або клієнтами, персоналом, суспільством. Визначені, чітко сформовані та відображені в документах підприємства принципи і зобов'язання дають змогу згуртувати співробітників навколо спільних завдань, цінностей та забезпечують тісний зв'язок між емоціями і поведінкою працівника. На ефективність прийняття управлінських рішень, усвідомлення працівникам своєї ролі і вагомості у досягненні цілей підприємства, а також результативності впливає дотримання підприємством принципів корпоративної культури. Принципи корпоративної культури відображають положення ефективного управління персоналом. Підприємства можуть самостійно розробляти принципи корпоративної культури однак будь які принципи можна розділити на загальні і соціальні [2].

Використовуючи єдині корпоративні цінності та принципи можна домогтися більшої відповідальності і почуття турботи до спільної справи, що мотивує їх до праці і виховує в них відданість підприємству. Сформовані соціально-трудова відносини між керівництвом і працівниками формують відчуття солідарності, спільних цінностей, підвищують індивідуальну та колективну відповідальність. Використовуючи єдиний культурний простір у працівника формується прагнення до самостійного виконання обов'язків, без прямих вказівок та інструкцій, що впливає на ефективність виконання роботи. Сучасний працівник хоче отримати від підприємства не тільки заробітною платою, а й бажають психологічного комфорту, культурних цінностей які їм притаманні. В сучасному економічному світі підвищуються вимоги до освіченості, інтелекту працівників та керівників, людина сприймається як

ключовий ресурс сучасної організації.

Нажаль в Україні корпоративна культура не завжди розглядається як сфера яка заслуговує на пильну увагу. Існують підприємства які зовсім ігнорують корпоративну культуру, на інших підприємствах проводять незначні заходи. Лише деякі українські підприємства мають спеціальні служби, які займаються впровадженням корпоративної культури. Тому керівникам українських підприємств ще потрібен час для усвідомлення її значимості і користі для підвищення конкурентоспроможності, позитивного іміджу своїх організацій.

Науковий керівник: д.е.н., проф. Ніколюк О.В.

Література:

1. Аніщенко В. О. Роль корпоративної культури в прийнятті управлінських рішень / В. О. Аніщенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С. 64–71.
2. Гриценко Н.В. Особливості формування корпоративної культури організації / Н.В. Гриценко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. – № 59. – С 284–290.

СИСТЕМА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В ЯПОНІЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Проданова Г.О. студ. СВО “Магістр” ф–ту ММіЛ

Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса

Проблема якості корпоративного управління, без перебільшення, є однією із найгостріших в теорії та практиці корпоративних фінансів. Остання світова економічна криза надзвичайно чітко висвітлила недостатню ефективність механізмів захисту майнових та немайнових прав інвестора навіть в тих країнах, де модель корпоративного управління формувалася протягом століть. Протягом більш ніж двох десятиліть свого існування модель корпоративного управління в Україні не тільки не сприяла економічному розвитку, а й суттєво перешкождала йому.

Основними учасниками корпоративних відносин у японській моделі є: ключовий банк як головний внутрішній акціонер; афілійована компанія або кейрецу - також основний внутрішній акціонер корпорації; правління - виконавчі директори; уряд. Рада директорів майже повністю складається з афілійованих осіб, тобто виконавчих директорів, керівників головних відділів компаній і правління. Представники неафілійованих акціонерів, тобто аутсайдерів, мало зустрічаються у складі Ради директорів японських корпорацій [1].

Можна також розглядати корпоративне управління з погляду принципів, на яких ґрунтується контрактна система в Японії. Наприклад, взаємостосунки між постачальником комплектуючих частин і фірмою-виробником носять прихований і неформальний характер. Причини взаємостосунків подібного роду є сферою кадрової політики. Застосування таких принципів, як довічний найм, довгострокова кар'єра і ротація, що сприяє створенню широкої мережі тривалих особистих зв'язків між окремими менеджерами як усередині компанії,

- Одеський технічний коледж ОНАХТ, м. Одеса
Науковий керівник – викладач вищої категорії Коваленко Н.С.
69. ОРГАНІЗАЦІЯ ЯК СКЛАДНА ВІДКРИТА СИСТЕМА ТА ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ
Іванченко Т.В. студ. СВО “Магістр” ф–ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 171
Науковий керівник: д.е.н., проф. Ніколюк О. В.
70. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ЗА ЯКОСТЮ ПРОЕКТУ
Мазур К.С. студ. СВО “Магістр” ф–ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 173
Науковий керівник: д.е.н., проф. Ніколюк О.В.
71. ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ОРГАНІЗАЦІЇ: ПОНЯТТЯ ТА СТАДІЇ РОЗВИТКУ
Карамаєрова М.А., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 175
Науковий керівник – д.е.н., проф. Ніколюк О.В.
72. ФОРМУВАННЯ ДИВІДЕНДНОЇ ПОЛІТИКИ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА
Недільський Ю.Я. студ. СВО “Магістр” ф–ту ТТХПіПБ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 178
Науковий керівник: д.е.н., проф. Ніколюк О.В.
73. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ АПК
Каплун В.М. студ. СВО “Бакалавр” ф–ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 179
Науковий керівник: к.е.н., доц. Корсікова Н.М.
74. ЛОГІСТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ РИНКУ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ
Чубук А.О. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ,
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 181
Науковий керівник – к.е.н., доц. Дроздова В.А.
75. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК СУЧАСНОГО
Крисанов О.Л. студ. СВО “Магістр” ф–ту ТТХПіПБ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 183
Науковий керівник: д.е.н., проф. Ніколюк О.В.
76. СИСТЕМА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В ЯПОНІЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ
Проданова Г.О. студ. СВО “Магістр” ф–ту ММіЛ
Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса 185
Науковий керівник: д.е.н., проф. Ніколюк О. В.
77. СУТНІСТЬ, ПРИЧИНИ ТА ВИДИ КОНФЛІКТІВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
Студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ, Древова В.В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 187
Науковий керівник: к.е.н., доц. Козак К.Б.