

КУЛЬТУРА МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Єлизавета Кравчук

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-7947-9576>

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна

Олександр Крупський

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1086-9274>

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна

Вступ

Харчова промисловість є однією з найважливіших і стратегічно значущих галузей економіки у багатьох країнах світу. Завдяки постійному попиту на продукти харчування, цей сектор відіграє ключову роль у забезпеченні життєвих потреб населення і в економічному розвитку країн. У сучасних умовах глобалізації, швидкої зміни технологій та вимог споживачів, культура менеджменту в харчовій промисловості стає важливим чинником успішної діяльності підприємств [10]. Вона визначається комплексом цінностей, принципів, підходів та практик, що використовуються для керування організацією, її персоналом, виробничим процесом та взаємодією зі споживачами та іншими зацікавленими сторонами [1].

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ

Метою даної роботи є дослідження культури менеджменту підприємств галузі харчової промисловості. Дослідження цієї теми є важливим для підприємств харчової промисловості, керівників, менеджерів, а також для студентів і науковців, які цікавляться проблемами управління та розвитку цієї стратегічної галузі економіки. Дане дослідження сприятиме розумінню ключових аспектів культури менеджменту в харчовій промисловості, а також допоможе виявити можливості для покращення стратегій управління на підприємствах цього сектора.

РЕЗУЛЬТАТИ

Культура менеджменту в харчовій промисловості представляє собою комплекс цінностей, підходів, практик та уявлень, що визначають спосіб управління підприємствами цієї галузі [7]. Ця культура базується на ряді факторів, які включають якість продукції, безпеку їжі,

сталість виробництва, інноваційність та стійкість до змін [4, с. 12].

Перш за все, культура менеджменту в харчовій промисловості нерозривно пов'язана з якістю продукції. Підприємства цієї галузі повинні дотримуватися високих стандартів якості на кожному етапі виробництва, починаючи з вибору сировини та закінчуючи упаковкою готової продукції. Висока якість продукції в харчовій промисловості є важливим фактором успіху та забезпечує довіру споживачів до бренду. Культура менеджменту в цій галузі включає в себе не лише виробничі аспекти, але й пильний контроль якості на кожному етапі виробництва, щоб забезпечити відповідність найвищим стандартам і вимогам споживачів. По-друге, безпека їжі є однією з ключових складових культури менеджменту в харчовій промисловості. Забезпечення безпеки продукції включає в себе дотримання санітарних та гігієнічних норм, контроль за вмістом шкідливих речовин у продуктах, а також ефективну систему відслідковування та вилучення небезпечних партій.

Крім того, культура менеджменту в харчовій промисловості передбачає постійну інноваційність та вдосконалення. Швидкі зміни в смаках споживачів, технологіях виробництва та вимогах ринку вимагають від підприємств постійного вдосконалення своїх продуктів та процесів [2, с. 20]. Сталість виробництва є ще одним важливим аспектом культури менеджменту в харчовій промисловості. Підприємства повинні мати стабільні процеси виробництва, що дозволяє їм забезпечувати постійну якість продукції та вчасну поставку на ринок. Сталість виробництва в харчовій промисловості вимагає комплексного підходу та системного управління, спрямованого на забезпечення постійної якості продукції та задоволення потреб споживачів.

У цілому, культура менеджменту в харчовій промисловості є важливим фактором успіху підприємств у цій галузі. Вона визначає спосіб діяльності підприємств, їхні цінності та підходи до управління, що відіграє вирішальну роль у досягненні конкурентних переваг. Враховуючи змінність смаків і вимог споживачів, культура менеджменту в харчовій промисловості також сприяє постійному вдосконаленню продукції та реагуванню на зміни в ринкових умовах. Ефективна культура менеджменту є важливим інструментом для досягнення успіху підприємств у цій важливій галузі.

Сучасні дослідження в галузі менеджменту, проведені як в Україні, так і за кордоном, настійно підтверджують важливість приділення уваги керівництвом підприємств внутрішнім чинникам розвитку, зокрема, організаційній культурі [9]. «Організаційна культура визначається як певний набір цінностей і норм, які є загальними для окремих осіб і груп в організації, а також спосіб, в який вони взаємодіють між

собою та із зацікавленими сторонами поза межами компанії» [9, с. 36]. Організаційна культура, яка втілює в собі успішні, життєздатні практики, що випробували часом, у своєму розумінні відображається у способі мислення, поведінці, прийнятті рішень та взаємодії всередині підприємства. Вона є не просто набором правил і процедур, але відображенням цінностей та підходів, які визначають індивідуальність організації [3, с. 60].

Організаційна культура стає ключовим мотиваційним ресурсом економічного розвитку. Поширення практики використання концепції організаційної культури на підприємствах в Україні обумовлене важливими факторами. Зростання конкуренції в економічному середовищі вимагає від підприємств не лише зовнішньої адаптації, але й внутрішніх перетворень для забезпечення стійкої конкурентоспроможності. В цьому контексті організаційна культура стає важливим фактором, що сприяє досягненню успіху. Позитивна організаційна культура сприяє підвищенню ефективності праці, залученню та утриманню кваліфікованих кадрів. Використання концепцій, що базуються на загальнолюдських цінностях, сприяє створенню універсальних принципів управління, які враховують специфіку національного бізнесу та культурних особливостей. Це дозволяє підприємствам залучати та утримувати перспективних співробітників, а також підвищує ступінь їхньої мотивації. Дослідження організаційної поведінки набуває все більшої значущості в умовах постійних змін та нестабільності. Розуміння внутрішніх процесів в організаціях, факторів, що впливають на міжособистісні відносини та розвиток команд, дозволяє менеджменту ефективно прогнозувати та управляти змінами, а також вчасно реагувати на проблеми, які виникають. Світова тенденція до демократизації та співпраці у процесі організаційних змін відображається і в українському бізнес-середовищі. Перехід до більш відкритих форм управління та залучення співробітників до прийняття рішень сприяє підвищенню внутрішньої мотивації та створенню сприятливого клімату для творчості та інновацій.

Зростанню значення організаційної культури в управлінні підприємствами харчової промисловості обумовлене рядом факторів, які впливають на їхню діяльність та конкурентоспроможність. Інтеграція України у світовий економічний простір створює потребу у відповідності до міжнародних стандартів управління, включаючи аспекти організаційної культури. При цьому, підприємства зобов'язані враховувати й адаптуватися до нових вимог, що може вимагати перегляду та удосконалення існуючих культурних практик. Високий ступінь зносу основних засобів та їх моральне старіння ставлять підприємства перед завданням швидкої адаптації та модернізації. Це вимагає активної

ролі людського капіталу та розвитку організаційної культури, оскільки успішна впровадження нових технологій чи процесів залежить від готовності персоналу до змін та вміння пристосовуватися до нових умов. Значні фінансові труднощі, з якими стикаються підприємства харчової промисловості, підсилюють необхідність максимальної мобілізації всіх внутрішніх ресурсів. Це включає не лише фінансові ресурси, а й ресурси людського потенціалу та організаційної культури. Забезпечення конкурентоспроможності на ринку вимагає від підприємств не лише ефективного управління фінансами, а й гнучкості, інноваційності та відкритості до змін, що визначається рівнем розвитку їх організаційної культури. [6, с. 199-200].

Ми вважаємо що сучасна культура менеджменту підприємств харчової промисловості тяжіє до Латиноєвропейської культурної групи GLOBE за визначенням [8], та характеризується:

- орієнтацією на сім'ю;
- високими рівнем дистанціювання від влади;
- низьким рівнем внутрішньогрупового колективізму;
- низьким рівнем інституційного колективізму.

Що може призвести до зниження ефективності, обмеження інновацій, проблем у комунікації та кооперації, а також до проблем у підтримці продуктивності та мотивації працівників. Для вирішення цих проблем необхідно підвищувати рівень співпраці, заохочувати відкрити комунікацію та стимулювати командну роботу, а також розвивати справедливі та прозорі процедури у прийнятті рішень. А це в свою чергу приводить до зниження інвестиційної привабливості підприємств харчової промисловості України [5].

ВИСНОВКИ

Таким чином, розвиток культури менеджменту в харчовій промисловості передбачає постійне вдосконалення стратегій управління, впровадження сучасних підходів та технологій, а також наголос на розвиток людського капіталу та корпоративної культури. Важливо також забезпечити взаємодію між підприємствами, галузевими організаціями та державними установами з метою спільного вирішення викликів та проблем, що виникають у харчовій промисловості. Спільна робота дозволяє ефективніше вирішувати виклики та проблеми, що виникають у харчовій промисловості, такі як забезпечення якості продукції, впровадження стандартів безпеки та здоров'я, а також вплив на екологію та сталість розвитку. Посилення взаємодії сприятиме обміну досвідом та ресурсами, що сприятиме загальному підвищенню конкурентоспроможності галузі.

ПОСИЛАННЯ

1. Абдулаєв, К. Н. (2015). Корпоративне управління: процеси, стратегії, технології: колективна монографія. Х.: ХДУ, 536 с.
2. Гавкалова, Н. Л. (2019). Формування соціально-економічного механізму ефективності менеджменту персоналу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Харків, 28 с. Retrieved from: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/593>.
3. Захарчин, Г. М. (2014). Передумови розвитку організаційної культури на підприємстві в умовах глобалізації. Економічний простір. 2014. №231. С. 57-63.
4. Пашинська, Г. А. (2018). Виробництво харчових продуктів і напоїв: статистичний збірник. 90 с.
5. Перегуда, Р. В., & Стасюк, Ю. М. (2018). Інвестиційна привабливість підприємств харчової промисловості України. Економіка і суспільство, 17, 314-321. Retrieved from: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/Ekonomika-i-suspilstvo-17-2018.pdf#page=314>.
6. Хаєт, Г.Л., Єськов, О.Л. (2013). Корпоративна культура: навч. посіб. К: Центр навч. літератури, 2013. 403 с.
7. Харчишина, О. В. (2011). Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості : Монографія. Житомир: Вид-во Житомирського державного університету ім. І Франка, 289 с. Retrieved from: <http://eprints.zu.edu.ua/8427/>.
8. Hudoshnyk, O. V., & Krupskiy, O. P. (2023). Media Possibilities of Comics: Modern Tools for the Formation and Presentation of Organizational Culture. *European Journal of Management Issues*, 31(1), 40-49. <https://doi.org/10.15421/192304>.
9. Krupskiy, O. P. (2014). Organizational culture: nature, types, peculiarities of implementation in Ukraine. *Economic Bulletin of the National Mining University scientific journal*, 45(45), 29-38.