

2. Шуляренко С.М. Запровадження електронної звітності на підприємствах України / С.М. Шуляренко, Є.А. Шкурко / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vodt/2009\\_10/15\\_Zaprovadzhenna\\_elektronnoi\\_zvitnosti.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vodt/2009_10/15_Zaprovadzhenna_elektronnoi_zvitnosti.pdf)

3. Переваги електронної системи подання податкової звітності / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bucha.com.ua/index.php?newsid=>

4. Очеретько Л.М. Проблеми впровадження електронної звітності підприємств / Л.М. Очеретько, А.С. Козицький // Економічний простір. – 2010. – №38. – С. 126–132.

## THE ROLE OF MANAGEMENT IN SUCCESSFUL BUSINESSES

**DYADKIN O. S., ZAYATS Y. O.**

*Kharkiv Petro Vasylenko National University of Agriculture*

**Scientific advisor – assistant professor**

**Ostroverkh O. V.**

Managers must perform a variety of tasks to succeed. Each task requires a degree of technical ability, but also embodies general management functions and problem-solving procedures. The unifying theme that ties together everything a manager does is the desire to maximize the long-term profits of the firm by profitably satisfying customers' needs. This unifying theme places two major responsibilities on business managers. First, they must successfully integrate all their assets (technical, financial, physical, and human) in order to produce a saleable product. Second, they must do this better, faster, cheaper, and quicker than their competitors before they earn the right to make a profit.

In order to make the study of business management easier, it is necessary to shorten the list. One method is to separate these tasks into larger categories called functions. Each management function deals with a specific aspect of what managers do. The four functions of management are planning, organizing, controlling, and directing.

Each of these four functions of management include six steps in decision making:

1. Identifying the problem.

Clear identification of the problem is the most important and difficult step in decision making. How the problem is defined has a great deal to do with the type of decision that is made.

The first task is to find out exactly what the problem is. This usually requires a great deal of investigation. It is important that any problem solver

keep digging until he or she really understands what is going on. Valuable sources of information are those people directly affected by the problem. They usually have insights into what the real problems are and often have one or two good solutions already worked out. The important point is to listen carefully. Listen to what is said, to what is not said, and to how it is said.

During the investigation, it is important to separate the symptoms from the problem to ensure that you are dealing with the real problem. If the real problem is not identified, the solution will not work and you will be forced to repeat the process until you get the problem right. It is better to take the time to correctly diagnose the problem. Once it is properly identified, it needs to be expressed in the most exact and concise terms possible. Then it is possible to make a good decision that solves the real problem the first time.

2. Determining alternative courses of action.

Once the problem has been correctly identified and concisely expressed, it is necessary to develop a list of all the pertinent courses of action that may solve the problem. The list should run from making major changes (such as closing the plant and filing for bankruptcy) to minor adjustments (such as tightening a screw). Sometimes doing nothing is the best solution. What is important is to identify all the relevant alternatives, which is impossible unless the problem is correctly identified. After some reflection, you should be able to select several alternatives that look promising for further consideration.

3. Analyzing the alternatives.

Analysis of the alternatives is a three-step process. First is the selection of an appropriate, measurable criterion (for example, sales, cost/unit, profit, return on investment, or units produced) that will be used for the evaluation of each alternative. The second step is to select a method of analysis that will give you an objective reading of the criterion chosen. The final step is to carry out the chosen analysis.

4. Selecting the best alternative.

If the preceding three steps are carried out satisfactorily, the best alternative will present itself. The best alternative gives the best result on the criterion that was objectively measured. The selection of the best alternative should be done in light of what maximizes long-run profits and helps profitably satisfy customers' needs.

5. Implementing the decision.

Now that the decision has been made, it is important to establish a mechanism to ensure that the decision is transformed into reality as efficiently and effectively as possible. Although this step seems relatively simple, it is often the most poorly done. Poor implementation can take a great decision and quickly turn it into a disaster.

## 6. Following up.

Once the first five steps have been completed, it is beneficial to review the results of the decision and the decision-making process. This review can be worthwhile for several reasons. First, it provides a way to assess general decision-making skills. Second, if the decision involves a recurring problem, the follow-up can help to better understand the problem so it can be handled more efficiently in the future. Third, it can help a high-level manager to identify the good managers who work for him or her: those who can accurately assess a situation, select and analyze alternatives, and efficiently/effectively implement a solution.

To make good decisions in business, a manager must complete all six steps in the above procedure. At the conclusion of each step, it is advisable to reevaluate the problem in light of any new information or insight that might have emerged during analysis. If the new data dramatically change the assessment of the problem, the procedure must be started over. It is through constant reevaluation and updating that the manager ensures that the proposed solution best solves the problem.

## ВПЛИВ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ

**ЖИВОТЧЕНКО В. В.**

*Харківський національний технічний університет  
сільського господарства імені Петра Василенка*

**Науковий керівник – ст. викладач**

**Харчевнікова А. С.**

Важливим компонентом теорії організації є уявлення про організаційну культуру. У сучасних умовах головними напрямками роботи з підвищення ефективності діяльності організації є зміна ставлення працівників до праці, забезпечення її сучасної організації, творчої спрямованості. Саме реалізація цих напрямів створює передумови для розвитку організаційної культури. У деяких дослідженнях організаційну культуру називають корпоративною культурою. Концепція організаційної культури не має єдиного тлумачення.

У літературі є різні визначення поняття «організаційна культура». Одні автори розуміють під організаційною культурою складну композицію важливих припущень, що бездоказово приймаються і поділяються членами колективу. Інші автори трактують організаційну культуру як філософію та ідеологію управління, ціннісні орієнтації, вірування, очікування, норми, що

лежать в основі відносин та взаємодій як усередині організації, так і за її межами.

Таким чином, організаційна культура (корпоративна) - це сформована впродовж всієї історії організації сукупність прийомів та правил адаптації організації до вимог зовнішнього середовища і формування внутрішніх відносин між групами працівників.

Корпоративна культура відіграє важливу роль у визначенні і реалізації управлінської діяльності, здійсненні ефективної політики підприємства. Дослідження в цій сфері здійснювали такі зарубіжні та українські вчені, як Р.А. Ансофф, Е.Г. Шейн, М.Р. Богатирьов, А.В. Іванченко, Г.В. Назарова, Г.А. Хаст та ін. Але аспекти зв'язку корпоративної культури з управлінням персоналу у роботах цих авторів були висвітлені недостатньо, що стало поштовхом для детальнішого дослідження даного питання.

Культуру в організації почали визнавати одним з основних чинників, необхідних для правильного розуміння поведінки людей та управління нею, лише в останні десятиліття минулого століття.

Спочатку вживалося та ще й нині поширено поняття «організаційна культура». При цьому найчастіше мають на увазі культуру організації виробництва, виробничу естетику, чистоту та порядок.

Іноді акценти ставлять на зовнішній стороні культури - традиціях, символах, звичаях, що склалися в організації. Американський фахівець з менеджменту Едгар Шейн дає таке визначення: «Організаційна культура - це набір прийомів і правил вирішення проблем зовнішньої адаптації і внутрішньої інтеграції працюючих, правил, що виправдали себе в минулому і підтвердили свою актуальність нині». Ці правила і прийоми є відправним моментом у виборі персоналом прийнятного способу дії, аналізу і прийняття рішень.

Виходячи з викладеного можна сказати, що корпоративна культура - це система матеріальних і духовних цінностей, які взаємодіють між собою і відбивають індивідуальність організації, виявляються у поведінці, взаємодії і спілкуванні працівників між собою та із зовнішнім середовищем. У психології корпоративна культура розглядається як система базових передбачень, цінностей і норм організації, що визначає правила поведінки її персоналу, діловий стиль, ритуали, символи і міфи. Саме ці складові корпоративної культури мобілізують внутрішні ресурси, еднають і мотивують персонал, надають змісту його праці і надихають на максимальну самовіддачу, створюють можливість вирішувати складні