

виступають як інструменти досягнення цілей, а для реалізації стратегій необхідно, щоб усе підприємство функціонувало у стратегічному режимі.

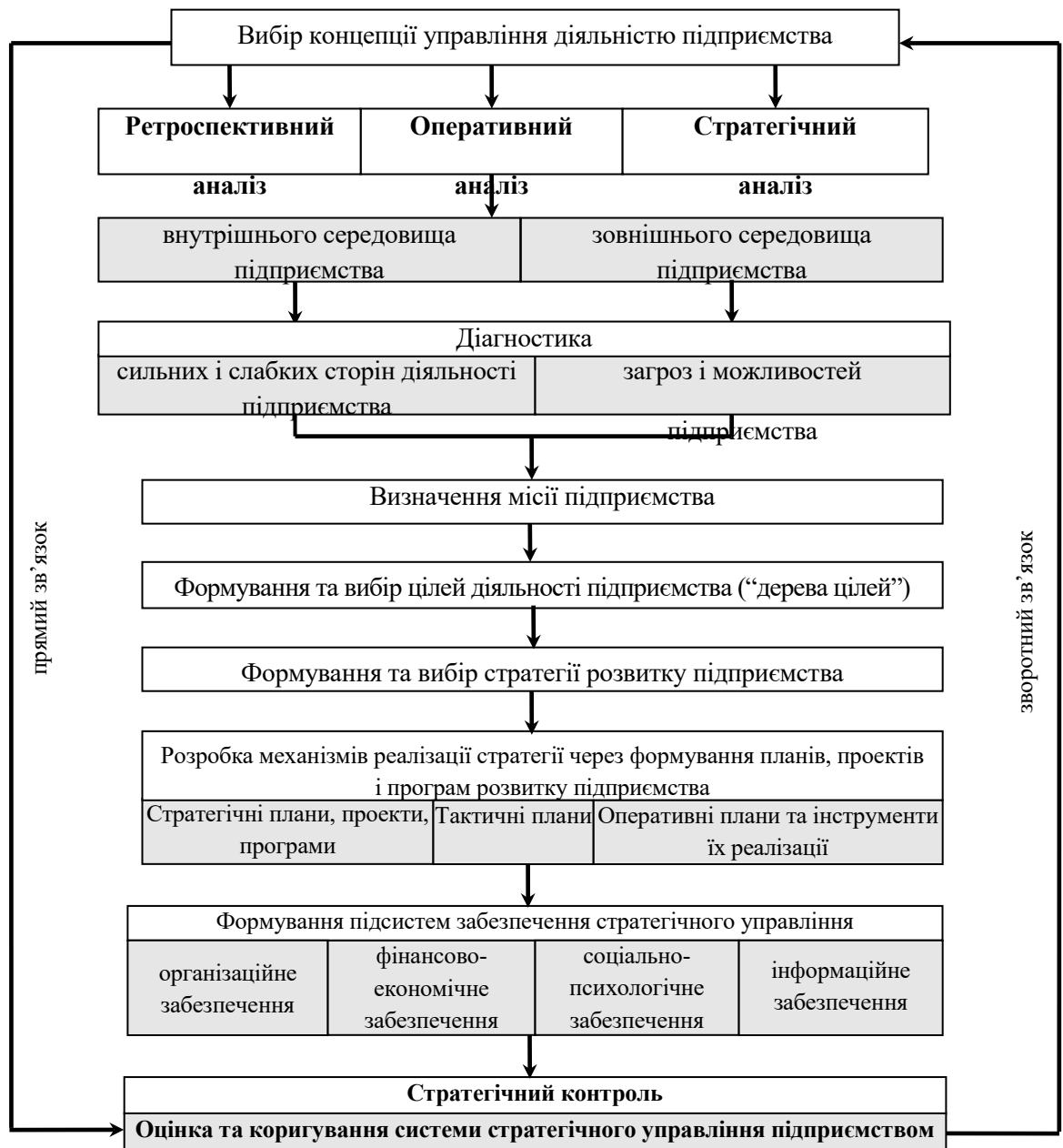


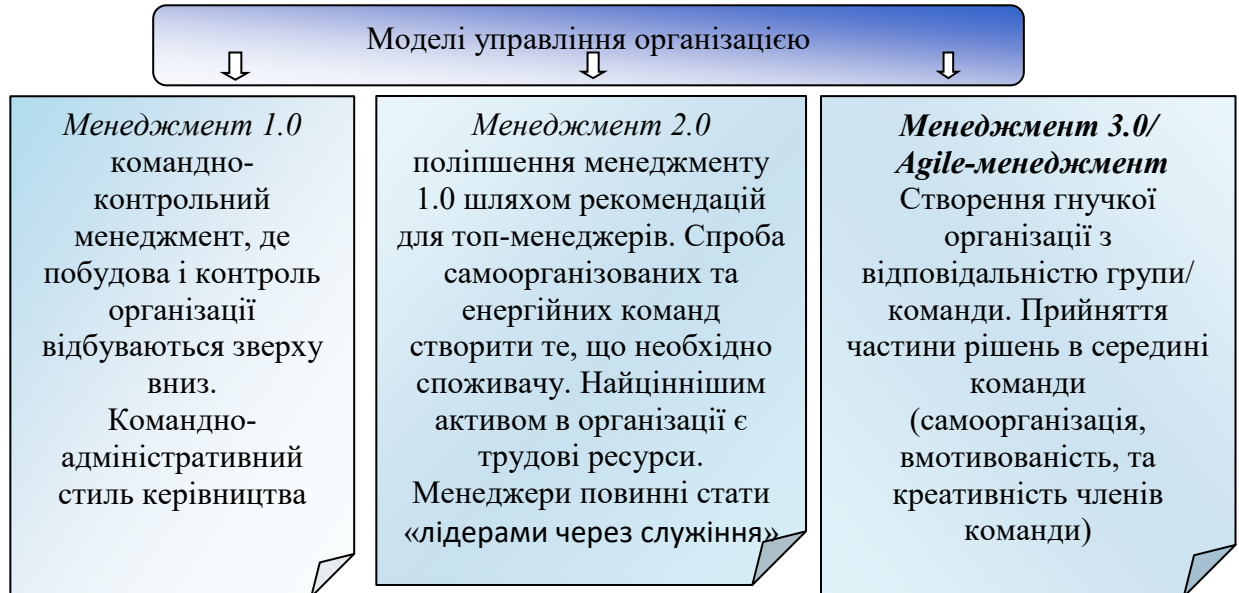
Рис. 1. Концептуальна модель стратегічного управління суб'єкта господарювання

УДК 005.658

Кирилко Н.М., к.е.н., старший викладач
 Київський національний університет
 технологій та дизайну

AGILE-МЕНЕДЖМЕНТ – ГНУЧКИЙ ПІДХІД УПРАВЛІННЯ У ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ

Сучасні організації в сьогоденних умовах існуючих військових дій, що відбуваються на території нашої країни, які зуміли зберегти свої потужності ведуть пошук щодо нових шляхів існування та подальшого розвитку. Їм необхідно зробити вибір за якою моделлю краще працювати і утримуватись на вигідних стадіях життєвого циклу. Нижче на малюнку 1 представлена характеристика моделей управління організацією.



Мал. 1. Характеристика моделей управління організацією

Розроблено автором

Agile-менеджмент, а інакше Менеджмент 3.0 характеризує сутність розвитку трудових ресурсів в організації, їх відповідальність за новий продукт та наявність працюючого продукту, співпраця із замовником (потенційним споживачем) і готовність до змін. Agile-менеджмент є ціннісно-орієнтованим менеджментом.

Зокрема теоретичні поняття Agile-менеджменту висвітлено у наукових працях зарубіжних вчених, а саме: Дж. Сазерленда, Дж. Тоттена, П. Ленсіоні, С. Сойєра (США), М. Петрен (Швеція), В. Лалсінг (Іспанія), А. Сутаршан (Австралія), а також українських вчених: С. Бушуєва В. Данчук, С. Войтко, Б. Козир, В. Молоканова, Н. Рябоконт, С.Ю. Силкіна, В. Чухліб, О. Чайкової та ін.

Agile-менеджмент має наступний інструментарій: 1) щоденні зустрічі; 2) планування прінта; 3) ретросективний аналіз; 4) короткі ітерації (міні-проекти).

Варто зауважити, що у своїх дослідженнях Юрген Апелло зазначає сутність Agile-менеджменту, як важливий аспект самоорганізованої роботи, де відбуваються такі прояви: зарядження кадрового персоналу, надання командам влади, встановлення обмежень, розвиток компетенції та постійне покращення процесів і продукту [1].

Слід зазначити, що основними пріоритетами Agile-менеджменту під час військових дій, а також у повоєнний період є швидка адаптація до створення проєктів різного типу у різних галузях, зокрема у військовій, будівельній, легкій, фармацевтичній сфері та ін. В таких умовах немає чіткого бачення результату, є постійне зрушення та зміни, але завдання відновлення виробництва та відбудови міст і селищ після руйнувань – головний пріоритет для нашої країни. Нажаль неможливе довгострокове планування, потрібне підлаштування до щоденних змін і швидке прийняття рішень, комунікація та взаємодія з виконавцями проєктів і потенційними споживачами-замовниками. Також перевагами Agile-менеджменту є регулярне отримання від зацікавлених осіб зворотнього зв'язку та можливості прояву креативності, експериментуванню і постійному вдосконаленню і внесенню змін при розробці та тестуванню, принципів постійного як кожного з міні-проєктів так і всього основного проєкту в цілому. Під час співпраці з багатофункціональними командами, які здатні до самоорганізації виконується переоцінка пріоритетів розробки протягом 1-2 тижнів після закінчення кожного з міні-проєктів. Зокрема, відбувається безпосереднє спілкування між командами, а також «віч-на віч» з кожним членом команди за різними спеціальностями. Ці процеси дають змогу зменшити бюрократичні процеси і загальний обсяг документації та суттєво покращити кінцеву результативність реалізації проєкту.

Отже, можна зробити висновок, що Agile-менеджмент в умовах війни дає можливість адаптуватися до нових викликів щодо створення високоякісних новітніх розробок та інноваційних продуктів, в яких потребує сучасний потенційний споживач. На такі виклики війни необхідно своєчасно реагувати і втілювати інструменти Agile-менеджменту в організаціях різних сфер діяльності, починаючи від виробництва військового обладнання – дронів, фармацевтичного – створення лікарських препаратів та медичних турнікетів, до будівництва – відбудова житлових приміщень, шкіл, дитячих садочків, відновлення об'єктів критичної інфраструктури та ін. Використання ітераційних циклів розробки проєктів дозволяє швидше пристосуватися до змін воєнного та повоєнного періоду, уникнути великих планів і зменшити загальні ризики. Agile для збереження ресурсів повинно і надалі дотримуватись наступних принципів just-in-time, тобто прагнути до створення лише корисних і необхідних новітніх продуктів на даний момент, які заплановано в ітераціях і які є актуальними для кінцевого замовника в сучасних умовах сьогодення.

Література

1. Організації на шляху до Agile: Management 3.0. URL: <https://brainrain.com.ua/agile-management-3-0/>
2. Силкіна Ю.О. Agile-менеджмент – ефективна практика системи управління підприємством. URL: <http://doi.org/10.31617/k.knute.2019-04-12.19>

3. Agile-маніфест. URL: <http://agilemanifesto.org/iso/uk/manifesto.html>
4. United States Digital Service. The TechFAR handbook for procuring digital services using Agile processes. URL: <https://playbook.cio.gov/techfar/>
5. Agile-менеджмент. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Agile-%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82>
6. Agile methodology. Examples when to use it advantages and disadvantages. URL: <http://istqbexamcertification.com/what-is-agile-methodology-examples-when-to-use-it-advantages-and-disadvantages>.

УДК 339.138

Левченко К.В., здобувач освіти,
Фірсова С. Г., науковий керівник: к.е.н., доц.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОГО БРЕНДИНГУ КОМПАНІЇ НА РИНКУ ЕЛЕКТРИЧНОЇ ЕНЕРГІЇ

З ростом глобалізації та доступності продуктів і послуг, компаніям стає все важче відрізнитися від конкурентів, споживачі все більше цінують прозорість та автентичність, значний масив інформації, який кожного дня циркулює світом, збиває цільову аудиторію з пантелику, а найняти талановитих співробітників, професіоналів у своїй справі, які працювали би на благо організації, являє собою вкрай комплексне завдання. Саме задля вирішення наведених сучасних проблем компаніям необхідний розвиток їх брендингу. Дане поняття розуміється як процес надання певного значення конкретній організації, компанії, продукту або послугі, шляхом створення та формування бренду в уяві споживачів [2].

В свою чергу корпоративний брендинг являє собою цінний актив, який включає в себе бачення, основні цінності, імідж та дії компанії. Він сприяє збільшенню прибутковості та продажів, скороченню витрат і створенню унікальної позиції на ринку базування. Зокрема, корпоративний брендинг допомагає компаніям відрізнитися від конкурентів і формувати стабільний імідж своїх продуктів та послуг. Також ключовим аспектом в сучасному ринковому середовищі є побудова відносин зі зацікавленими сторонами та створення стабільного іміджу в їх свідомості [4].

З огляду на специфіку діяльності кожного підприємства, особливо його оточення, задля забезпечення стратегічного розвитку та конкурентної переваги в сучасному бізнес-середовищі, компаніям необхідно розвивати власну стратегію корпоративного бренду. Розглянемо розробку даного виду стратегії на основі структурних компонентів корпоративного брендингу (рис. 1).