

Ширяєва Н.Ю., к.т.н., доцент кафедри Менеджменту і маркетингу

Карпеткова О.Ф., студентка освітньої програми Менеджмент

Репак І.Ю., студентка освітньої програми Менеджмент

Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса, Україна

Менеджмент суб'єктів малого підприємництва

в умовах пандемії COVID-19

Анотація. В глобальних умовах пандемії актуальними показниками менеджменту суб'єктів малого підприємництва (МП) є рентабельність цифрових ініціатив; відсоток стимулів керівників підприємств, пов'язаних із створенням цінностей у цифровій формі; час, необхідний для створення цифрового додатку; залучення, кар'єрне просування та зберігання технічних талантів; відсоток бюджету технологій, витраченого на цифрові ініціативи.

Вступ. Завданням менеджменту малого підприємництва в Україні є оперативне розв'язання бізнес-проблем та завдань, мобілізація ресурсів бізнесу та аналітики для інформування та вирішення цих проблем шляхом створення нових потоків даних, звітування про критично важливі для бізнесу проблеми; для керівництва рішеннями на найближчу перспективу; розвитку довгострокових перспектив, враховуючи аналітичні дані, щоб зрозуміти, яке майбутнє буде мати компанія, клієнти та постачальники. Аналіз менеджменту показує, що, не дивлячись на багато проблем у сфері малого підприємництва, серед яких: складність і невизначеність законодавства, корупція, низька купівельна спроможність споживачів та інші, все ж таки в Україні процеси імплементації принципів Європейської хартії малих підприємств є дуже активними, загалом у глобальному вимірі займає 73 позицію зі 137 держав [1, с. 127]. Порівняльний аналіз діяльності малого підприємництва в Україні та країн Східного партнерства показує різну динаміку. Так, наприклад, Україна має зростаючий тренд у підприємницьких стартап - навичках, у сфері стандартів та

регламентів діяльності суб'єктів малого підприємництва; але низький бал у сфері інноваційної політики та еко-орієнтованості економіки [2, с. 70; 3, с. 130].

Виклад основного матеріалу. Оцінка ділового середовища менеджменту по секторах показує, що більшість суб'єктів МП активно продовжують працювати у галузі гуртової та роздрібною торгівлі (це 51%). Проте за останні три роки зросла кількість суб'єктів МП у галузі ІТ (9% у 2021р. у порівнянні з 5% у 2018р.); у будівельному секторі, як видно на діаграмі, це 3,3% суб'єктів МП. Порівняльний аналіз кількості МП у структурі показує зростання до 97% малих підприємств в будівельній галузі та на 55,5% - кількість зайнятих працівників на них. Тому логічним є зростання обсягу реалізованої продукції до 178 млрд грн. та показників балансу до 32 млрд.грн, що корелюється з даними чистого прибутку та збитку: показники чистого прибутку - зросли до рівня 9,9 млрд гривень, чистого збитку - зменшилися з 10 млрд до 6 млрд гривень.

Аналіз в умовах пандемії показує активність суб'єктів МП у застосуванні будівельних послуг на державному порталі ДІЯ; але виявлені й пасивні дії відносно стратегічного розвитку, слабкий зворотній зв'язок зі споживачами, МП мають немаркетингову поведінку. Опитування суб'єктів МП підтвердило необхідність змін в організації гнучкої праці задля зберегання здоров'я в умовах КОВИД-19; нових способів обслуговування та комунікацій з клієнтами. Для швидкого руху суб'єктам МП пропонується удосконалення робочих місць, у тому числі надавання пріоритету заходам безпеки персоналу. У 81% випадках необхідно вживання таких заходів як вимагання масок та проведення тестування для персоналу МП, у 78% випадках: перевлаштування робочих місць для сприяння фізичному дистанціюванню. Тим не менше, ці нові протоколи безпеки можуть не пом'якшувати страх співробітників МП: лише 47% стверджують, що зміна заходів безпеки на робочому місці зробить їх більш комфортними для повернення до офісу. В умовах пандемії пропонуються напрямки удосконалення комунікацій керівника з персоналом. В умовах віддаленої роботи або переводу людей на фізичне робоче місце, необхідно

підтримати позитивні навички та поведінку персоналу, що з'явилися в результаті карантинної роботи - наприклад, спритність, швидше рішення створення, сплосчених ієрархій та прозорого спілкування.

Висновки. В умовах пандемії в менеджменті суб'єктів малого підприємництва вкрай важливим є реалізація заходів, які орієнтовані на посилення цифрової культури для участі у тендерах, електронного планування та звітування продажів, управління безпекою ланцюга поставок, ризиками та витратами; посилення цифрової культури для віддаленого, але активного контакту зі споживачем; можливого підключення до мобільного додатку з метою розширення кола клієнтів суб'єктів МП; розроблення скриптів продажів; участь у навчальних та фінансових програмах підтримки бізнесу за рахунок загального державного фонду, грантів від міжнародних донорів, венчурного капіталу, краудфандингу. Але все це обумовлює створення інформаційного середовища, автоматизацію та безпеку робочих місць, кібербезпеку зокрема.

Література

1. Ширяєва Н.Ю. Інноваційно-людський потенціал у менеджменті будівельної галузі. Наукове видання *Інфраструктура ринку*. Електронний науковий журнал ISSN 2519-2868. Вип. 52 (2021). 213 с. С. 126 - 130.

2. Мунтян О.В. Маркетингове середовище та перспективи інклюзивного менеджменту на прикладі Алькабір – Строй *Розвиток маркетингової діяльності в умовах економічної глобалізації*: Збірн. наук. праць. за матер. XII міжн. наук.-практ. конф. - Одес. держ.акад.будівн. та арх. Науки: маркетинг, менеджмент, економіка, управління проектами. 2021. 114с. Мови: укр., рос., англ. Одеса, 9-10 юня 2021 року. С. 69-73.

3. Крамський С.О., Захарченко О.В. Концептуальна модель управління змістом програм розвитку проєктно-орієнтованих організацій. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Том 20. Вип. 2 (48), 2021. С. 128-144.