

### Література:

1. Аванесова Н.Е., Гетьман О.О., Челапко Д.В. Концепція стратегічного управління багатоквартирними будинками. Сучасне управління: ризики, виклики, безпека, перспективність використання та проблеми впровадження в державному та приватному секторах економіки: колективна монографія/ Загальна редакція д-ра екон. наук, професора Н.Е. Аванесової. Харків: ФОП Панов А.М., 2021. С. 478-497. ISBN 978-617-7947-68-3.

[https://kmpa.kh.ua/files/monographies/2021/Сучасне\\_управління\\_ризиків\\_виклики\\_безпека\\_перспективність\\_використання\\_та\\_проблеми\\_впровадження\\_колективна\\_монографія.pdf](https://kmpa.kh.ua/files/monographies/2021/Сучасне_управління_ризиків_виклики_безпека_перспективність_використання_та_проблеми_впровадження_колективна_монографія.pdf)

2. Гетьман О. О., Криворучко Г. В. Проблемні аспекти договірних відносин у сфері управління багатоквартирними будинками України. *The XV International Science Conference «Trends in the development of practice and science»* : abstracts of int. scient. and pract. conf., Oslo, Norway, December 28 – 31, 2021. P. 167-170. URL: <https://isg-konf.com/wp-content/uploads/2021/12/TRENDS-IN-THE-DEVELOPMENT-OF-PRACTICE-AND-SCIENCE.pdf>

3. Гетьман О. О., Жиліна А. А., Міщенко Б. В. Організаційний дизайн у галузі управління багатоквартирними будинками : proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference «Global Approach to Scientific Research», Salvador, Brazil, December 4-5, 2021. Salvador, Brazil: Ramalhete, 2021. P. 69-74. URL: <https://www.interconf.top/documents/2021.12.4-5.pdf>

## САМОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК КЛЮЧОВИЙ НАВИК ЛІДЕРСТВА У ПРОЄКТНИХ КОМАНДАХ

*Кирчата І.М., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Самоменеджмент, або здатність людини управляти своїм часом, енергією, ресурсами та емоціями, стає однією з основних навичок лідерів у сучасному світі. В умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій, організації стикаються з багатозадачністю, невизначеністю та високими очікуваннями щодо результатів. Лідери проєктних команд, котрі володіють навичками самоменеджменту, здатні забезпечити успішне виконання проєктів, оскільки вони вміють зосередитися на цілі, ефективно керувати собою та мотивувати команду.

Самоменеджмент є процесом свідомого керування собою та своїми діями для досягнення поставлених цілей. Він включає навички планування, постановки пріоритетів, управління часом, контролю емоцій та розвиток особистої стійкості. У контексті лідерства, особливо у проєктних командах, це стає основним фактором успіху, адже лідери мають здатність до саморегуляції, яка допомагає їм залишатися продуктивними та позитивними навіть у стресових умовах.

Лідери проєктів, які володіють навичками самоменеджменту, проявляють такі риси:

- планування та організація (успішний лідер здатний ставити реалістичні цілі та організовувати робочі процеси. Це передбачає вміння визначати пріоритети, розподіляти ресурси та уникати марнотратства);
- управління часом (здатність ефективно використовувати час дозволяє лідерам уникати прокрастинації та контролювати дедлайни);
- емоційна стабільність (управління емоціями є критичним для підтримки позитивного настрою в команді. Лідери, які контролюють свої емоції, швидше долають стрес, знижують рівень конфліктів та створюють сприятливий робочий клімат);
- мотивація та самодисципліна (лідери із розвиненим самоменеджментом мають високу мотивацію та дисципліну, що є запорукою їхньої стійкості та відданості справі).

Навички самоменеджменту безпосередньо впливають на командну динаміку та успіх у виконанні проєкту. Лідер, який володіє самоменеджментом, здатен створювати стабільну атмосферу, підтримувати командний дух та стимулювати ініціативу. Він демонструє приклад продуктивності та саморегуляції, надаючи команді необхідний орієнтир. Завдяки чіткому розподілу обов'язків та розумному використанню ресурсів такі лідери досягають ефективних результатів, що позитивно впливає на загальну продуктивність.

Самоменеджмент у сучасному світі стикається з численними викликами. Один із головних викликів — це великий потік інформації, який потребує швидкої обробки та прийняття рішень. Також до викликів можна віднести високу конкуренцію, потребу в інноваціях, ризик вигорання та необхідність у балансі між особистим життям та роботою. Лідери, які володіють самоменеджментом, мають здатність ефективно вирішувати ці проблеми, оскільки вони усвідомлюють свої обмеження та вміють правильно розподіляти навантаження.

Для того щоб розвинути навички самоменеджменту, лідери можуть скористатися наступними методами:

- постановка чітких цілей (визначення чітких і досяжних цілей допомагає уникнути стресу та сприяє зосередженню на пріоритетах);
- використання планувальників та додатків для управління часом (інструменти, як-от календарі та трекери, допомагають контролювати розподіл часу та уникати затримок у роботі);
- розвиток емоційного інтелекту (емоційний інтелект допомагає розпізнавати та управляти власними емоціями та емоціями інших людей);
- баланс між роботою та особистим життям (для збереження мотивації важливо забезпечити баланс, оскільки перевтома та вигорання знижують продуктивність).

Самоменеджмент сприяє розвитку лідерських якостей, оскільки він допомагає лідерам не лише організовувати себе, а й служити прикладом для інших. Лідер, який демонструє стійкість, впевненість у собі та позитивний настрій, має більшу довіру з боку команди. Такий лідер вміє керувати своєю поведінкою, планувати та досягати результатів, що робить його ефективним лідером у будь-яких умовах.

Самоменеджмент — це ключова навичка, яка відрізняє успішного лідера проєктної команди від посереднього. Завдяки вмінню керувати собою, лідери створюють ефективні команди, досягають високих результатів та забезпечують стійкість проєктів. У сучасних умовах, коли швидкість змін лише зростає, здатність до саморегуляції стає не лише важливою, а й обов'язковою рисою лідерів, що прагнуть досягти успіху в управлінні проєктними командами.

Таким чином, розвиток самоменеджменту — це шлях до ефективного лідерства та створення успішних проєктів.

## **ПІДХОДИ ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКОВИХ ПРОЦЕСІВ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АГРОБІЗНЕСУ**

*Кривошеї О.В., аспірант*

*Національний університет біоресурсів та природокористування України*

Актуальність теми вдосконалення облікових процесів у маркетинговій діяльності агробізнесу обумовлена динамічними змінами умов ринку, зростанням конкуренції та необхідністю підвищення ефективності управління агропромисловими підприємствами. У сучасному світі агробізнес грає важливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки, що вимагає застосування новітніх підходів до організації облікових процесів.[1]

Сучасний стан облікових процесів в агробізнесі характеризується інтеграцією цифрових технологій, автоматизацією рутинних операцій та необхідністю адаптації до глобальних тенденцій сталого розвитку. Однією з ключових проблем залишається недостатній рівень обліку витрат, пов'язаних із маркетинговою діяльністю, що ускладнює формування обґрунтованої стратегії просування продукції. Основним напрямом вдосконалення облікових процесів у маркетинговій діяльності агробізнесу є впровадження автоматизованих систем обліку, які дозволяють забезпечити точність і оперативність аналізу даних[2].

Застосування сучасних CRM-систем (Customer Relationship Management) надає можливість відслідковувати ефективність маркетингових кампаній, оцінювати рентабельність інвестицій та оптимізувати витрати. Варто також відзначити значення стандартів сталого розвитку, зокрема ESG-критеріїв (екологічні, соціальні та управлінські аспекти), які дедалі частіше інтегруються в облікові процеси. Орієнтація на сталий розвиток дозволяє агропідприємствам отримати конкурентні переваги та підвищити лояльність споживачів[3].

Розвиток облікових процесів у маркетинговій діяльності агробізнесу тісно пов'язаний із загальною еволюцією аграрного сектора. У першій половині ХХ століття облік у сільському господарстві мав виключно статистичний характер, орієнтуючись на фіксацію врожайності, витрат на сировину та прибутків. Маркетинговий облік як окремий напрямок почав формуватися в другій половині століття, коли агропідприємства почали приділяти більше уваги просуванню продукції та конкуренції на ринку[1].