

**Ірина БОРДУН**

здобувачка освітньо-професійної  
програми «Менеджмент» ТНЕУ

Науковий керівник – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,  
публічного управління та персоналу ТНЕУ Жанна КРИСЬКО

## **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ**

За столітню історію в менеджменті виникало безліч проблем, багато з яких залишаються актуальними до теперішнього часу. Ці проблеми можна розподілити на дві групи: ті, що стосуються внутрішнього середовища організації і загальні проблеми менеджменту. Серед загальних проблем особливе місце посідає глобалізація. В умовах інтеграції у світову економіку потрібно мати конкурентоздатні підприємства, а без відповідного рівня менеджменту це неможливо. Тому, експерти прогнозують подальше збільшення попиту на певні категорії менеджерів, адже потрібно виводити українські підприємства з економічної кризи.

В Україні особливого значення набуває питання управління підприємством. Низька конкурентоспроможність вітчизняних підприємств, їх низький рівень продуктивності та якості праці свідчить про незрілий стан українського менеджменту та його організаційної культури. Тому виникає необхідність усвідомлення наявних та можливих проблем і формування більш компетентної нинішнім умовам господарювання моделі вітчизняного менеджменту.

Розглядаючи Україну в теперішніх умовах становлення ринкової економіки існує багато проблем сучасного менеджменту, який характеризується такими особливостями.

Перш за все, бізнес орієнтований на отримання прибутку. Звідси виникає проблема – ігнорування інтересів споживачів. Оскільки наша країна ще максимально не зорієнтована на клієнта, основне завдання на даному етапі розвитку – вижити будь-якою ціною. Необхідно пам'ятати, що вижити можна тільки завдяки клієнтам, оскільки в кінцевому результаті бізнес існує для клієнтів, а не для керівництва [5].

Небажання модернізувати технологію та процеси виробництва, пишатися минулими досягненнями, які одного разу призвели до успіху, ще один огріх менеджменту. Звісно, пишатися минулими стратегіями можна, проте варто пам'ятати, що вони не завжди спрацюють ще раз.

Зауважимо, що українські менеджери згорда дивляться на працівників, умови їхньої праці та їх можливості кар'єрного просування. Тобто на ті фактори, що здебільшого і просувають бізнес.

Водночас до сучасних проблем можна віднести брак корпоративної культури. Сучасні менеджери інтуїтивно усвідомлюють, що добре, а що погано.

Разом із цим, керівник не може точно подати свої уявлення у вигляді кодексу.

Зважаючи на демографічну та політичну ситуацію в країні можна виокремити наступну проблему – інтелектуальна еліта України нині не має необхідної мотивації застосування наявних знань і професійних навичок у своїй державі, а відтак прагне реалізувати їх за кордоном. Спостерігаються і такі тенденції, коли українці після навчання або стажування в інших країнах не можуть знайти адекватної роботи в Україні [4].

Також на діяльність організації негативно впливає невміння керівництва ставити цілі й завдання, визначати критерії ефективності роботи. Нестача досвіду й знань власників-управлінців призводить і до такого, на перший погляд не першорядної, але надто важливої обставини, як невміння визначати цілі і ставити завдання. Під цим розуміється увесь спектр цілей і завдань – як підлеглим, організації у цілому, так і постачальникам, маркетинговим посередникам [1].

Більшість компаній занепадають через виникнення конфліктів в організаціях. На сучасних підприємствах все більше виникають конфлікти між підприємцями та інвесторами; між керівниками та найманими працівниками; між директорами та структурами; між акціонерами і найманими менеджерами. Для вирішення конфлікту важливо мати в своєму розпорядженні різні підходи, уміти гнучко користуватися ними, виходити за межі звичних схем і мислити по-новому. У той же час можна використати конфлікт як джерело життєвого досвіду, самовиховання і самонавчання.

Виборюючи лідерство за нішу на ринку дедалі більше підприємств залишаються у «червоному океані», знищуючи один одного. Пірнаючи з головою у цей океан, підприємці забувають про споживачів, орієнтуючись лише на виграш двоюбою. Варто зазначити, що виходом із цієї ситуації є вхід до «блакитного океану». Підприємства, які орієнтуються на інновації, створюють «блакитні океани», не рівняючись на конкурентів. Вони підпорядковують дії маркетинговій стратегії інновації цінності. Інновація цінності окреслюється як новий спосіб мислення, новітня маркетингова стратегія, при якій замість того щоб зосередити зусилля на боротьбі з конкурентами, конкуренцію роблять непотрібною, створюючи такий скачок в цінності для покупців і підприємства, що відкривається новий, не охоплений конкуренцією простір ринку – «блакитний океан». Інновація споживчої цінності досягається тільки тоді, коли підприємство поєднує інновацію з такими аспектами, як практичність, ціна та витрати.

Отже, для успішного функціонування українським підприємствам необхідний досвід в галузі ефективного менеджменту та його практичного застосування. Керівник-менеджер посідає чільне місце в керуванні, розробляє можливі варіанти господарських вирішень, бере на себе відповідальність за

розробку та впровадження ним команд. Саме тому необхідно вчасно виявити проблеми та побудувати раціональну систему управлінської діяльності, використовуючи сучасні методи менеджменту, цінності, правила та етичні норми сьогодення, не забуваючи про національні моральні надбання.

#### Використані джерела

1. Будзан Б.П. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи: навчальний посібник. Київ: Основи, 2017. 349 с.
2. Коваленко Г. О. Концептуальні основи формування організаційної культури українського менеджменту. *Наука і економіка*. 2016. №7. С.23-26.
3. Крисько Ж., Бордун І. Оцінювання мотиваторів та демотиваторів діяльності працівників підприємства. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. Науковий журнал. Випуск № 23. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. С. 99-103.
4. Хміль Ф.І. Становлення сучасного менеджменту в Україні: проблеми теорії та практики. *Молодий вчений*. 2019. №3. С. 26.
5. Щокін Г.В. Практична психологія менеджменту. Науково-практичний посібник. 2018. №5. С. 39.

#### Роксолана БОРОДАЙКО (БАЗИЛЕВИЧ)

здобувачка освітньо-професійної програми «Менеджмент персоналу»

Науковий керівник – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу ТНЕУ Світлана ПРОХОРОВСЬКА

### УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Відомо, що сучасні підприємства функціонують в інтенсивних умовах зовнішнього середовища, а саме для того щоб одержати максимальні прибутки повинні проявляти ініціативність, гнучкість, адаптуватися до постійних змін навколишнього середовища. Для досягнення цієї мети сучасному менеджменту занадто мало просто створити хороший товар, необхідним ще є постійне удосконалення виробництва і підвищенні якості, призначення вигідну для підприємства ціну та продаж даного товару якнайшвидше. Майже все, що роблять керівники, щоб полегшити підприємству досягнення його найвищої мети, потребує налагодженого і успішного обміну інформацією, тобто ефективних комунікацій із зовнішнім середовищем.

Найважливішим інструментом збереження та засобом зміцнення ринкових позицій підприємства є здійснення ним ефективної комунікаційної політики, як стає зрозумілим, майже неможливо переоцінити важливість комунікацій в управлінні підприємством. Кожне підприємство у ході своєї виробничо-господарської діяльності обмінюється та взаємодіє інформацією з споживачами, постачальниками, державою, громадськістю та різними видами