

мінімуму, «детінізація заробітної плати населення тощо. Рівень оплати праці є показником добробуту суспільства. Тому головним завданням держави як представника інтересів суспільства є не перманентна боротьба з труднощами, створюваними соціально-економічною політикою самої ж держави, а професійно грамотна розробка концепції соціально-економічної політики і послідовне впровадження ефективного механізму забезпечення своєчасної виплати заробітної плати та її відповідний рівень в умовах формування ринкової економіки України.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ТА ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

*Шевченко К.О., Карамішев Д.В.**

*завідувач кафедри менеджменту і адміністрування, д. н. з держ. упр., професор
спеціальність «Адміністративний менеджмент», 6 курс
Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Останнім часом в українських журналах і книгах з менеджменту та маркетингу з'явилося багато цікавих статей з проблем менеджменту підприємств та маркетингу, в яких піднімаються актуальні питання впровадження різних теорій, підходів, методик і методів управління вітчизняними компаніями. Більшість українських підприємств слабо усвідомлюють власні проблеми. Вжити на ринку, адаптуватися можуть лише найбільш пристосовані.

Для початку розглянемо найактуальніші проблеми менеджменту, з якими стикаються українські підприємства:

– скорочення, яке трапляється, коли організація навмисно стає меншою, скорочуючи кількість робітників або цілі підрозділи чи закриваючи підприємства;

– недостатність та несвоєчасність забезпечення управлінців якісною інформацією для прийняття управлінського рішення;

- недотримання максимального рівня якості;
- недостатність нематеріальної мотивації працівників на підприємствах.

Оскільки «кадри вирішують все», то в першу чергу потрібно приділити увагу стимулам працюючого персоналу до продуктивної роботи (нематеріальній мотивації), а саме просуванню по кар'єрі, подякам, підвищенню кваліфікації, безкоштовному харчуванню, наданню путівок (курорти, санаторії), наданню автомобіля, мобільного телефону та ін.

- заміна у керівництві компанії засновників ефективними менеджерами, підвищення кваліфікації топ-менеджерів. Зумовлено це тим, що рівень освіти і знань керівників даної ланки сьогодні в середньому є нижчим від рівня знань їх підлеглих, які, в основному, мають професійну освіту;

- спонтанність добору кадрів, нестача професіоналізму; відсутність посадових інструкцій;

- недовірливе та упереджене ставлення до консалтингу та консалтингових фірм. Власникам підприємств потрібен об'єктивний аналіз ефективності їх роботи, «погляд із зовні». Це зумовлює об'єктивну потребу підприємств у зовнішньому аудиті та консалтингу.

- недосконалість організаційних структур: відсутність чіткої структури управління компанією, формалізованої ієрархії, відсутність чітких посадових зобов'язань, формалізації функціональних та інформаційних зв'язків на підприємстві;

- поєднання в одній особі основного власника і генерального директора. Велика спокуса власника-директора контролювати максимум процесів на підприємстві.

- страх власників «випустити з рук» управління компанією, як наслідок – криза зростання підприємств..

- ускладнення делегування через недостатню кількість досвідчених менеджерів на ринку праці та недовіру на найманих менеджерів з боку власників підприємств.

Важливою особливістю сучасного етапу становлення ринкових відносин в Україні є орієнтація вітчизняних підприємств – виробників на підвищення конкурентоспроможності власних товарів. Тому так важливо знати всі підводні течії, щоб їх правильно обійти.

А тепер розглянемо актуальні проблеми маркетингу на сучасному етапі розвитку.

1. Нехтування освітою.

2. Перехід українських підприємств на принцип маркетингу. Досвід керівників українських компаній можна поділити на 3 умовні групи. Перші вважають що маркетинг може вирішити всі проблеми підприємства, другої вважають його недоцільним. Третя група відкидає стратегічний маркетинг і використовує лише елементи операційного маркетингу.

3. Вихід великих іноземних компаній на український ринок. З одного боку, це – позитивне явище, що активізує конкуренцію на ринку, примушує українські підприємства перейти на сучасні методи управління. З іншого ж – вихід іноземних підприємств нерідко супроводжується інвестиційними пригніченнями, впливом кадрів з вітчизняних підприємств, закриття компаній.

4. Визначення та усвідомлення власної ринкової місії та маркетингової стратегії. На значній частині українських підприємств не тільки співробітники нижчих ланок, а й керівники не можуть відповісти на запитання, в чому полягає місія компанії, з чого складається її маркетингова стратегія? Часто компанії не мають чітко окресленої місії, стратегічного бачення бізнесу.

5. Неврахування потреб споживачів. Основою бізнесу повинна стати орієнтація на споживача, а не збагачення компанії.

Висновок. Розв'язання існуючих проблем менеджменту та маркетингу в Україні вимагає застосування системних механізмів на загальнонаціональному рівні. Одним з головних елементів такого механізму є побудова національної системи стандартів маркетингової та управлінської діяльності.

Широкому впровадженню сучасних методів управління і, насамперед,

усвідомленню підприємцями причини власних проблем сприятиме проведення «круглих столів» із залученням провідних фахівців. Потрібна також певна зміна пріоритетів з боку держави. Макроекономічні показники мають поліпшуватися не тільки кон'юнктури світового ринку, а й підвищення ефективності роботи кожного працівника.

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ СПЕЦІАЛІСТІВ І КЕРІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Шинкаренко В.Г., Богданенко В.В.*

професор кафедри менеджменту, д.е.н.

напрям підготовки «Менеджмент», 3 курс

Харківський національний автомобільно-дорожній університет, м. Харків

В сучасному світі питання оцінки персоналу займає важливу роль. Існує багато способів оцінки, але кожен з них має свої переваги та недоліки. Для оцінки праці керівників використовують показники продуктивності та ефективності праці. Ефект останнього показника має економічний і соціальний характер, і їх важко звести, тому найбільш доцільним є підхід заснований на порівнянні витрат часу і результатів діяльності. Методологічно не є складним кількісний вимір витрат робочого часу, а збір інформації про фактичні витрати часу на виконання робіт сам по собі трудомісткий. Складнішою є процедура щодо визначення результату діяльності керівників і спеціалістів.

Виділяють основні задачі оцінювання керівників і спеціалістів за результатами праці:

- Визначення відповідності працівника займаній посаді;
- Виявлення трудового внеску в умовах колективної оплати праці;
- Забезпечення підвищення індивідуальної віддачі від працівника на досягнення головної цілі підприємства.

Оцінювання спеціалістів підприємства проводиться за трьома