

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Н.М. Михайличенко, к.е.н., доцент

Ю.М. Балик, здобувач вищої освіти

Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ

Економічні зміни у світі спонукають розвиток нових теорій щодо ефективного управління сучасною економікою. Якщо розглядати менеджмент як один з основних інструментів забезпечення сталого розвитку ринкової економіки, то логічним буде питання про необхідність вивчення тенденцій розвитку менеджменту в Україні на фоні нестабільності у світі. В нашій країні тривалий період часу існувала замкнута економіка, тому впровадження світового досвіду управління суб'єктами господарювання почалось відносно нещодавно і тому вимагає практичної апробації.

Проблеми впровадження та перспективи розвитку міжнародного менеджменту в Україні досліджували такі вчені як: Семенов А.А., Балановська Т.О., Чернега О.Б., Радченко В.В. та інші. Незважаючи на велику кількість публікацій, питання розвитку міжнародного менеджменту в нашій країні досі залишається актуальним.

Головною метою доповіді є дослідження основних проблем розвитку міжнародного менеджменту в Україні.

Міжнародний менеджмент являє собою систему методів управління, які спрямовані на формування і розвиток, утримання і використання конкурентних переваг у різних країнах з метою підвищення ефективності та стабільності позицій міжнародних компаній на світових економічних ринках.

На сьогоднішній день домінуючий менеджмент на вітчизняних підприємствах можна умовно поділити на три основні напрями:

1) система менеджменту, яка залишилась на спадок від часів Радянського Союзу. Основні її ознаки – жорстка централізація; слабка мотивація персоналу; використання адміністративних методів управління. У таких підприємств спостерігається низька конкурентоспроможність та низький рівень продуктивності праці, а також нездатність підприємства вийти на зовнішні ринки;

2) система менеджменту, яка формується на малих та середніх підприємствах. Відмінними рисами є лінійна організаційна структура підприємства та відсутність стратегій розвитку;

3) система менеджменту, яка впроваджується іноземними компаніями або на основі досвіду іноземних компаній. Характерною ознакою даного виду менеджменту є часткове впровадження іноземних підходів до управління підприємствами.

Це досить часто пояснюється неможливістю застосування будь-яких нових підходів в менеджменті, оскільки політична та соціально-економічна ситуації в країні мають значний вплив на вітчизняний підприємницький сектор економіки.

Тобто, українські власники підприємств не можуть здолати бар'єри на шляху до інтеграції в сучасну світову систему менеджменту, тому і впровадження нових стандартів менеджменту просто не відбувається. До таких бар'єрів можна віднести наступні: проблема підготовки висококваліфікованих керівників підприємств; прагнення до мікроменеджменту; проблеми формування корпоративної культури; страх перед впровадженням інновацій та аутсорсингом; збільшення рівня соціальної відповідальності підприємства; забезпечення ефективних комунікаційних процесів на підприємстві; недостатнє володіння іноземними мовами персоналу; протиріччя національного менталітету та світового досвіду та багато інших.

Не дивлячись на велику кількість проблем, українські суб'єкти господарювання роблять великі кроки на шляху до впровадження нових модернізованих теорій і практик у сфері менеджменту.

Охарактеризуємо основні тенденції у сучасному міжнародному менеджменті:

1) впровадження різних методів підвищення кваліфікації співробітників, а саме: курси, тренінги, закордонне стажування та інше;

2) посилення мотивації персоналу, і не тільки у матеріальному сенсі, а й у інших формах;

3) використання вітчизняними підприємствами закордонного досвіду управління. Значну роль у даній проблемі відіграють великі транснаціональні компанії;

4) підтримка зовнішньоекономічної діяльності підприємств з боку держави;

5) професійне виконання основних чотирьох функцій менеджменту: планування, організації, мотивації та контролю.

Не дивлячись на досить невеликий досвід формування системи менеджменту в Україні, вітчизняні підприємці прийшли до розуміння необхідності розвитку інтелектуального капіталу. Більшість проблем поступово знаходять своє вирішення, тому в Україні існує перспектива розвитку міжнародної діяльності на всіх її рівнях.

Перелік посилань:

1. Балановська Т. О. *Розвиток національного бізнесу та транснаціональних компаній* / Т. О. Балановська // *Економічний простір*. – № 14. – 2008. – С. 54-60.
2. *Міжнародний менеджмент : навч. посіб.* / [за ред. О.Б. Чернеги]. – [2-е вид., оновл. і доп.]. – Львів : «Магнолія 2006», 2009. – 592 с.
3. Завадський Й. С. *Еволюція теорії і практики менеджменту* // *Науковий вісник національного аграрного університету*. – К. – 2001. – Вип. 43. – С. 59-61.

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ КОМПАНІЇ PEPSICO

О.М. Михалюньо, здобувач вищої освіти

*Науковий керівник: А.В. Ключник, д.е.н., професор
Миколаївський національний аграрний університет*

В зв'язку із зростанням динамізму економічних і соціальних процесів, які відзначаються в суспільстві швидкою зміною кон'юнктури на внутрішньому і зовнішньому ринках, необхідністю забезпечення стабільного розвитку суспільства в довгостроковій перспективі, все більш зростає роль стратегічного планування.

Стратегічне планування – це систематизовані зусилля всього підприємства, спрямовані на розробку та організацію виконання стратегічних планів, проектів і програм [2, с. 60].

Нами досліджено особливості стратегічного планування компанії PepsiCo.

Компанія PepsiCo є одним із лідерів на ринку продуктів харчування та напоїв. Нині компанія функціонує на основі плану сталого розвитку до 2025 року.

Плани компанії ґрунтовані на результатах сучасних наукових досліджень і діалозі з ключовими партнерами з урахуванням Повістки ООН по стійкому розвитку до 2030 року.

Відповідно до плану сталого розвитку, метою компанії до 2025 р. є підвищення ефективності використання водних ресурсів на 15 % в області прямих сільськогосподарських поставок і в регіонах, що зазнають проблеми з водопостачанням, порівнянно із загальним об'ємом води, використовуваним у виробничій діяльності PepsiCo, популяризації принципів здорового харчування.

А також, спільно з Фондом PepsiCo інвестувати 100 мільйонів доларів США на підтримку ініціатив по захисту прав 12,5 мільйонів жінок по всьому світу.

Компанія PepsiCo спрямувала свій розвиток у трьох напрямках відповідно до її мети: економічний; екологічний; соціальний.

Взявши до уваги останні рекомендації по правильному харчуванню, розроблені Всесвітньою організацією охорони здоров'я та іншими інститутами, з метою задоволення попиту споживачів, що міняється, компанія планує продовжити роботу по вдосконаленню технології виробництва продуктів харчування і напоїв за рахунок скорочення доданого цукру, насичених жирів і солі у складі продуктів.

Заплановані дії компанії, щодо захисту планети: ефективно використовувати водні ресурси; знизити викиди вуглекислого газу і скоротити відходи, пов'язані з сільським господарством і упаковкою; впровадження нових підходів стосовно поставок сільськогосподарської сировини, що призведе до зменшення кількості відходів після її переробки.

Компанія PepsiCo концентрує свою увагу на дотриманні прав людини по усіх напрямках поставок. Компанія і надалі планує дотримуватися принципів різноманіття серед своїх співробітників по всьому світу, підтримуватиме кар'єрне зростання жінок, а також стимулюватиме соціально-економічний розвиток місцевих співтовариств по всьому світу.

Підбиваючи підсумки, можна визначити стратегічне планування спрямоване на управління змінами, з майбутнього в сьогодні, також показує яким чином можна досягнути поставлених цілей. Результатом стратегічного планування є стратегічний план, який визначає головні завдання, кроки і ресурси, необхідні для досягнення стратегічних цілей з визначенням виконавців і термінів.

Перелік посилань:

1. *PepsiCo Україна [Електронний ресурс] : веб-сайт. Режим доступу : www.pepsico.com/purpose.*
2. Саєнко М. Г. *Стратегія підприємства : підручник* / М. Г. Саєнко – Тернопіль : Економічна думка, 2006. – 390 с.