

Науково-методичні та практичні засади менеджменту сучасних організацій

Валерія Ватраль

здобувачка освітньої програми

«Економіка та організація соціального забезпечення»,

ВНЗ «Донбаська Державна Машинобудівна Академія», м. Краматорськ, Україна,

e-mail: vatralvaleria@gmail.com

Тетяна Гітіс

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства,

ВНЗ «Донбаська Державна Машинобудівна Академія», м. Краматорськ, Україна,

e-mail: tatyana.gitis@gmail.com,

ORCID: 0000-0002-4992-8438

Управління сучасними організаціями вимагає комплексного підходу та використання науково-методичних та практичних засад, які сприяють ефективному функціонуванню та досягненню стратегічних цілей. В умовах постійних змін у соціально-економічному середовищі, технологічному прогресі та конкурентному тиску, менеджмент виявляється ключовою складовою успішного розвитку організацій.

Актуальність вивчення науково-методичних та практичних засад менеджменту посилюється швидкими змінами в бізнес-середовищі та необхідністю адаптації до нових умов. Керівництво сучасних організацій стикається з різноманітними викликами, такими як зміна клімату, глобалізація, зміни в уподобаннях споживачів, а також зростаюча конкуренція на ринку. Ключові аспекти науково-методичних та практичних засад менеджменту, включають стратегічне планування, організацію робочих процесів, мотивацію персоналу, управління змінами та комунікації в організації. Дослідження цих аспектів дозволить отримати глибше розуміння та визначити оптимальні підходи до управління сучасними організаціями з метою забезпечення їхньої стабільності, конкурентоспроможності та успішного розвитку. Цей підхід до дослідження ключових аспектів менеджменту відображає розуміння того, що ефективне управління сучасною організацією вимагає комплексного підходу та розгляду різних аспектів діяльності.

Стратегічне планування – це процес визначення мети організації та шляхів досягнення цієї мети. Планування – процес розроблення і вибору цілей розвитку організації та прийняття рішень, необхідних для їх досягнення. Планування можна розглядати у двох аспектах. У вузькому аспекті планування – це розроблення офіційних спеціальних документів – планів (програм, які визначають конкретні кроки організації щодо досягнення визначених цілей). У широкому аспекті об'єктами планових рішень є: формування цілей і стратегії розвитку організації, розподіл і перерозподіл усіх видів ресурсів відповідно до змін внутрішніх і зовнішніх умов діяльності, визначення стандартів діяльності.

Організація робочих процесів – це сукупність дій виконавців, спрямованих на предмет праці з метою здійснення виробничого процесу. Зміст трудового

процесу визначається технологічним процесом і включає як безпосередній вплив виконавця на предмет праці, так і спостереження за роботою устаткування, управління і контроль за ходом технологічного процесу.

Мотивація персоналу, як основна функція менеджменту, пов'язана з процесом спонування себе та інших людей до діяльності шляхом формування мотивів поведінки для досягнення особистих цілей і цілей організації [1, с. 349]. Зміст функції мотивації полягає у визначенні потреб персоналу та забезпеченні їх задоволення в організації; розробленні систем винагороди за роботу, що виконується; застосуванні різноманітних форм оплати праці; використанні стимулів ефективної взаємодії працівників у колективах і на підприємстві загалом.

За допомогою мотивації керівництво підприємства може вирішувати такі завдання: залучення й утримання в організації кращих спеціалістів; визнання діяльності працівників, які досягли значних результатів, з метою подальшого стимулювання їх творчої активності; демонстрація ставлення керівництва до високих результатів праці; популяризація результатів праці кращих працівників; застосування різноманітних форм визнання заслуг; покращення морально-психологічного стану працівників через відповідну форму визнання; забезпечення підвищення трудової активності колективу підприємства [1, с. 350]. Функція мотивації посідає важливе місце у системі управління підприємством. Вона тісно пов'язана з іншими основними функціями менеджменту – плануванням, організацією, контролем, прийняттям рішень тощо.

Управління змінами – це процес адаптації організації до змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі [2, с. 71]. Дослідження цього аспекту дозволить розробити стратегії для успішного управління змінами та забезпечення стабільності під час переходу. Контроль здійснення змін може здійснюватися за низкою кількісних та якісних параметрів. Однак найважливішим критерієм залишається оцінювання ступеня досягнення поставлених цілей. Контроль упровадження змін повинен приводити до визначення, чи були виконані та в якому ступені загальна мета та всі організаційні починання та результати, що передбачалися – вимірювані (кількісні та якісні), а також невимірювані (якісні). Впровадження змін вимагає здійснення постійного контролю за ходом їх впровадження. Контроль при цьому покликаний вирішити два основних завдання:

- вчасно виявити зміни, що відбуваються в зовнішньому середовищі та внести відповідні зміни до внутрішніх бізнес процесів (стосується реакційних змін);
- вчасно виявити існуючі розбіжності між бажаним та реальним станом підприємства, між його цільовими орієнтирами та можливостями з їх досягнення, та внести відповідні зміни до внутрішніх бізнес-процесів (стосується запланованих змін).

Здійснення оптимізації поточних заходів під час упровадження змін (реагування) вимагає відповідного контролю існуючого розриву для виявлення

його величини. Порядок дій водночас передбачає:

1. Визначення основного інтересу підприємства щодо досягнення його довгострокових цілей (завоювання певної ринкової частки, одержання визначеного рівня рентабельності, займання певної позиції на ринку) та його представлення у вигляді конкретних показників плану.

2. Виявлення реальних можливостей підприємства у теперішній час, тобто оцінювання реального стану потенціалу підприємства та аналіз його спроможності досягти встановлених цілей.

3. Встановлення різниці між показниками плану та можливостями, що диктуються реальним положенням підприємства.

4. Розроблення способів подолання виявлених розривів або зменшення конкретних показників. У довгостроковому періоді під цими способами мається на увазі зміна стратегії підприємства, а в короткостроковому – зміна поточних заходів [2, с.72].

Комунікації в організації – це обмін інформацією між двома особами або більше. Основною метою комунікаційного процесу є забезпечення розуміння повідомлень, що передаються [1, с. 320]. У процесі обміну інформацією можна виокремити чотири базових елементи:

- відправник – особа, яка генерує ідеї чи збирає інформацію і передає її. Відправником може бути одна людина чи група людей, які працюють разом;

- повідомлення – інформація, закодована за допомогою символів (вербальних, невербальних);

- канал – засіб, за допомогою якого повідомлення спрямовується від відправника до одержувача;

- одержувач – особа, якій призначена інформація і яка її інтерпретує. Комунікаційний процес складається з кількох взаємопов'язаних етапів, на кожному з яких зміст повідомлення, що передається, може бути змінено, перекручено чи повністю втрачено. Перший етап комунікації починається з формулювання ідеї або добору інформації. Відправник вирішує, яку ідею або повідомлення варто зробити предметом обміну. При цьому необхідно дотримуватися правила: не починати говорити, не почавши думати. На першому етапі комунікації потрібно усвідомити, які ідеї призначені для передання повідомлень, і бути впевненим в адекватності й доречності ідей з урахуванням конкретної ситуації і мети.

На етапі кодування і вибору каналу відправник повинен закодувати ідею — перетворити її на повідомлення за допомогою символів. Такими символами можуть бути слова, інтонації, жести (мова тіла), міміка, вчинки тощо.

На етапі передання повідомлення, відправник використовує обраний канал для передання повідомлення, яке багато людей помилково сприймають за власне процес комунікації. Передання є лише одним із найважливіших етапів просування ідей від однієї особи до іншої. Відправник повинен пересвідчитися, що повідомлення одержане і є зрозумілим адресату. Декодування — це процес, за допомогою якого отримувач повідомлення перетворює одержані символи на конкретну інформацію й інтерпретує її значення [1, с.322]. Обмін інформацією

слід вважати ефективним, якщо одержувач продемонстрував розуміння ідеї, здійснивши дії, яких чекав від нього відправник.

Дослідження цих аспектів не лише допоможе зрозуміти їхню важливість для успішного управління організацією, але й дозволить визначити оптимальні стратегії та підходи для досягнення стабільності, конкурентоспроможності та успішного розвитку організації в сучасному бізнес-середовищі.

Ключові слова: стратегічне планування, організація, мотивація, управління змінами, комунікації.

Список використаних джерел

1. Сладкевич В. П., Чернявський А. Д. *Сучасний менеджмент організацій : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: МАУП, 2007. 488 с. URL: https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/p08_53.pdf*
2. Гриценко П. В., Коваленко Є. В. *Управління змінами: конспект лекцій. Суми : Сумський державний університет, 2020. 76 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/339162013.pdf>*