

П-МЕНЕДЖМЕНТ (МЕНЕДЖМЕНТ МАЙБУТНЬОГО)

В. В. Сербін, студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН-21

О. В. Лозова, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Світ швидко розвивається та змінюється, не є винятком у цьому питанні і менеджмент. З постійними фінансово-економічними кризами, пандеміями та стихійними лихами можна впевнено стверджувати, що менеджмент майбутнього – це передусім постійна адаптація до зовнішніх змін, а тому компанії намагатимуться нівелювати свої ризики за допомогою ІТ-технологій та максимально переводити функції менеджменту в дистанційний режим.

Цінностями постіндустріального менеджменту стануть індивідуальність та креативність у всьому. Не достатньо виконувати свою роботу гарно: в умовах, коли йде конкурентна боротьба за робоче місце, працівник має навчитись самостійно та за максимальної ефективності малими силами виконувати свою роботу.

Незважаючи на панівну ринкову економіку у світі, корпоративна культура більшості компаній матиме важливе значення. Корпоративна культура та почуття приналежності саме до цієї компанії є високими цінностями п-менеджменту. Тому на перше місце вийдуть особистісні компетенції, а не професійні, оскільки краще взяти на роботу працівника з тією ж самою системою цінностей, а ніж «аутсайдера», який не може тривалий час влитися в колектив. Менеджмент майбутнього – це також і нівелювання ієрархій та посад. Керівник разом зі своїми працівниками – це команда, а не його підлегли.

Організаційна структура компанії також прямує до простоти, з мінімальною кількістю рівнів ієрархії. Співробітники працюють краще з індивідуальним графіком роботи, маючи можливість постійно бути на зв'язку зі своїми колегами та керівництвом. Відділ маркетингу – це вже надто застарілі речі: маркетингом у компаніях майбутнього мають займатись усі працівники компанії. Адже хто, як не працівники, створюють позитивний імідж та презентують своє підприємство. Ураховуючи всі інтернет-технології, компаніям усе важче буде приховувати

негативне ставлення до працівників чи порушення законодавства з охорони праці, а тому посилюється і соціальна відповідальність бізнесу.

Отже, п-менеджмент – це менеджмент майбутнього, але не далекого, а найближчого. Саме найкращі компанії задаватимуть ритм усьому бізнесу. Світ стає все тіснішим, а тому необхідно відповідати новим тенденціями. Ті, хто не зможе адаптуватись до нових ринкових умов ведення бізнесу, залишаться далеко позаду. Саме працівники компанії створюють її найбільшу цінність, від них залежить і корпоративна культура, і позитивний імідж, і прибутковість компанії, і вміння вчасно виявити кризи та швидко приймати управлінські рішення щодо диференціації або адаптації бізнесу в жорстких конкурентних умовах.

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВИХ ЗМІН

***В. В. Івчук**, магістрантка спеціальності Менеджмент і адміністрування, група МАМ-51*

***О. В. Лозова**, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри менеджменту*

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Зі стрімким розвитком ринкових відносин зростає і невизначеність зовнішнього середовища будь-якого підприємства. Невизначеність майбутнього соціально-економічного середовища змушує підприємців приймати на себе ризики від його управлінських рішень.

Відсутність повної інформації, існування протидіючих тенденцій, елементи випадковості та інші нові економічні умови господарювання обумовлюють важку прогнозованість процесу управління, оскільки більшість управлінських рішень підприємства приймається в умовах ризику [1].

З огляду на вищезазначене слід зауважити, що ризики є невід'ємним складником діяльності будь-якого суб'єкта господарювання. Так, вітчизняний науковець А. В. Шегда визначає ризики як імовірність загрози втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоодержання доходів чи поява додаткових витрат у результаті здійснення певної виробничої і фінансової діяльності [2].