

СУЧАСНИЙ УКРАЇНСЬКИЙ МЕНЕДЖЕР: ЯКИМ ВІН ПОВИНЕН БУТИ?

Андрусенко В.О.

Науковий керівник:

ст. викладач **Герасименко Ю.В.**

Відображено якості, якими повинен бути наділений сучасний український менеджер, описані ролі керівників, що склалися історично. Зроблена спроба надати відповідь на запитання: «Чи склався ярко виражений тип сучасного українського менеджера у всіх відношеннях гідного?».

Управління з'явилося разом з людьми. Там де хоча б дві людини об'єднувалися в прагненні досягти якоїсь загальної мети, виникала задача координації їх сумісних дій, рішення якої хтось з них повинен був брати на себе. В цих умовах один ставав керівником, що управляє, а інший – його підлеглим, виконавцем. Сьогодні абсолютно очевидно, що не тільки теперішній час, але і майбутнє творять менеджери – люди, що управляють трудовим колективом в самих різних сферах діяльності і забезпечують рішення всього комплексу економічних, соціальних, політичних, екологічних задач, що стоять перед ними, створюють умови для кращого життя співробітників. І у кожному конкретному випадку успіх залежить від особистих якостей менеджера, від його уміння працювати з людьми.

На наш погляд, великий вплив на неефективну діяльність значної частини підприємств АПК має небажання їхніх керівників застосовувати ази сучасного менеджменту, маркетингові технології та критично оцінювати систему взаємовідносин типу «керівник-підлеглий».

Поряд з цим, у минулому на посаду менеджерів прагнули підібрати людей з яскраво вираженими диктаторськими замашками, оскільки робітництво було в більшості покірною, малоосвіченою, безликою масою і якнайкращим способом поводження з ними вважалося примушення. У цих умовах формула дій керівника була: «Бізнес – є бізнес, працєю, не міркуючи». З розумінням того, що робітництва потрібно не примушувати до праці, а заохочувати, змінилися і вимоги до керівників. Головною їх гідністю стала здатність виконувати роль глави сім'ї, який по-батьківськи відноситься до підлеглих, діючи по формулі: «твердість, але справедливість». Все це, безумовно, допомогло зняти багато проблем і перш за все антагонізм між робітництвом і менеджерами [1].

Але перш за все з'ясуємо, що таке бізнес? «Бізнес як метро». В Америці – це ескалатор, який упевнено піднімається вгору, якщо на нього встали; але хтось може і зісковзнути. В Україні ж бізнес – це перон, де всі стоять і чекають, коли підійде потяг, щоб вскочити в свій вагон. Хто не встиг, залишається чекати на пероні наступного потягу. Чому? Тому що видаються різні укази, ухвали, дозволяючо-забороняючі постанови, і тут хто став першим, той йде в «відрив». Це порівняння належить людині, яка встигла «сісти» в свій вагон років п'ять тому і тепер їде в набираючому швидкості потягу. Позаду залишаються станції

з припадними назвами, а він все їде і поки не збирається не тільки виходити, але й навіть уповільнювати його рух.

Потенційно менеджера повинні відрізнати здоров'я, енергійність, працездатність, чітка пам'ять, уміння швидко сприймати і класифікувати деталі ситуації, в цілому стійкий оптимістичний фон настрою, твердість і цілеспрямованість, хороші волюві якості і здатність зберігати самовладання, ініціативність, високий рівень спонуки до дії і достатня стійкість цієї спонуки, готовність до ризику з деякою мірою здорового авантюризму, гнучкість мислення і широта поглядів [2].

Координуючи діяльність групи керівників сучасний менеджер виступає в декількох іпостасях. По-перше, це – управляючий, вдягнеться владою, керує великим колективом людей. По-друге, це – лідер, здатний вести за собою підлеглих, використовуючи свій авторитет, високий професіоналізм, позитивні емоції. По-третє, це – дипломат, що встановлює контакти з партнерами і властями, успішно долає внутрішні і зовнішні конфлікти. По-четверте, це – вихователь, що володіє високими етичними якостями, здатний створити колектив і спрямовувачий його розвиток в потрібне русло. По-п'яте, це – новатор, що розуміє роль науки в сучасних умовах, уміючий оцінити і без зволікання упровадити у виробництво той або інший винахід або раціоналізаторську пропозицію. По-шосте, це – просто людина, що володіє високими знаннями і здібностями, рівнем культури, чесністю, рішучістю характеру і в той же час розсудливістю, здатний бути в усіх відношеннях зразком для оточуючих [1].

Важливими для менеджерів є організаторські здібності. Вони допомагають менеджерам створювати і підтримувати в колективі тверду, свідому дисципліну, без якої підприємство не може нормально функціонувати. Головну роль в розвитку творчих здібностей управлінця відіграє роль професійна діяльність і його прагнення до самовдосконалення [3].

Відносини лідерства в оптимальному варіанті співпадають з формальними повноваженнями менеджера [4]. Стосовно творчої діяльності управлінця можна виділити такі компоненти творчих здібностей як: світоглядні властивості особистості, мотиваційно-творча активність, спрямованість, інтелектуально-логічні здібності, інтелектуально-евристичні, інтуїтивні здібності, комунікативно-творчі здібності, морально-етичні й естетичні якості, які сприяють успішній творчій діяльності, здатність до саморегуляції [3].

Велике значення має уміння менеджера підбирати собі помічників, чітко розподіляти функції, обов'язки і відповідальність кожного з них, надавати їм можливість самостійно вирішувати виникаючі в ході виробництва питання, зберігаючи за собою оперативний контроль роботи ланок. При всіх обставинах менеджер покликаний бути яскраво вираженим лідером. Але найголовніше – менеджер повинен володіти умінням керувати, організовувати і підтримувати роботу колективу, бути готовим до дій, ризику. Потрібно мати на увазі, що не існує і не існуватиме менеджера, що володіє універсальними здібностями і однаково ефективно діючого в будь-якій ситуації [1].

Отже, сучасний менеджер – професійний керівник, чия відповідальна робота є однією з найважливіших складових загального успіху фірми, підприємства

тва, організації. А чи склався ярко виражений тип українського менеджера в усіх відношеннях гідного? Вважаємо, ще ні. Немає вітчизняної, немає української школи бізнесу. Немає закріпленого десятиліттями кодексу ділової етики. Немає економічних передумов ліквідації монополізму і «вїзної хвороби». Немає гучних судових прецедентів покарання несумлінних партнерів (кримінальщина і багатомісячні арбітражні тяжби не в рахунок).

Але наше суспільство разом з менеджерами йде по правильній, хоча й не легкій, стежині, і, об'єднавши свої зусилля, а саме, задоволення власних потреб через суспільні, досягнуть поставленої мети. Адже, як сказав Генрі Форд: «Якщо ти робиш щось дійсно корисне для суспільства, як не ухиляйся, багатим все одно станеш. І, як показує практика, за цим підходом – майбутнє. Потрібно лише вчасно зробити правильний вибір».

Література:

1. <http://www.otwet.ru/wogyproff/sovrmenejment>.
2. Діуліна В. Теоретико-методичні засади творчого розвитку сучасного управлінця // Вісник Донецького державного університету управління. – 2006. – № 4. – с. 171-174.
3. Педагогічні технології: наука в практиці: Навчально-методичний щорічник / О.І. Кульчицька, С.О. Сисоєва, Я.В. Цехмістер / За ред. С.О. Сисоєвої. – К.: ВІПОЛ, 2002. – Вип. 1. – 281 с.
4. Андрощук Г. Современный менеджер (попытка социально-психологического портрета) // Зеркало недели / деньги. – 1995. – Вип. 20 (33). – с. 20-26.

РЕКЛАМНИЙ КРЕАТИВ В УКРАЇНІ

Янковська А.

Науковий керівник:

доцент **Бондаренко В.М.**

Презентовано результати дослідження тенденцій розвитку рекламного креативу в Україні в період від 2003 до 2007 рр. Дослідження проведено за такими спрямуваннями: співвідношення раціональної та емоційної реклами, використання соціально-комунікативних технологій та стилів у створенні рекламних звернень, а також текстове наповнення реклами.

Згідно Закону України “Про рекламу” від 03 липня 1996 року: реклама - інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.

Реклама нас оточує всюди, вона стала невід'ємним атрибутом нашого життя. Чому ж тоді одна реклама у нас не викликає жодних емоцій, а іншу ми можемо роздивлятися годинами? Швидше за все, у рекламі, що здатна привернути увагу, викликати захоплення, є певна креативна родзинка.