

ется сложным и многогранным понятием. Успех предприятия зависит от способности адаптироваться к изменениям внешней среды, внедрения инноваций и эффективного управления ресурсами. Применение современных стратегий управления позволит заводу не только сохранить свои позиции на рынке, но и обеспечить устойчивый рост в будущем.

УДК 338

София Селезнёва, Виктория Цвирко

(Республика Беларусь)

Научный руководитель В.М. Раубо, к.э.н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА, МАРКЕТИНГА И УЧЕТА

Современная экономика характеризуется высокой динамикой изменений, глобализацией, развитием цифровых технологий и усилением конкуренции. В этих условиях перед бизнесом стоят сложные задачи, требующие пересмотра традиционных подходов к менеджменту, маркетингу и учету.

Трудно переоценить роль эффективных коммуникаций в управлении организацией. Совершенно ясно, что, если люди не смогут обмениваться информацией, они просто не сумеют работать вместе. Для того чтобы обеспечить четкие и эффективные коммуникации в организации, необходимо знать и предотвращать возможные помехи в процессе их осуществления.

Первая проблема современного менеджмента – проблема качества управленческих кадров. Хотя это специальность появилась в вузах, проблема качества не снимается. Это связано с тем, что в стране мало людей, имеющих реальный опыт управленческой работы в условиях рыночной экономики. В то же время общепризнано, что менеджмент – это и наука и искусство, и что овладение знаниями в этой области невозможно без получения соответствующих практических навыков.

Вторая главная проблема современного менеджмента – коррумпированность современной экономики на всех уровнях. Здесь

можно разделить менеджеров в государственных экономических структурах и менеджеров частных компаний. В западных странах государственные управленцы, чиновники, большей степени отделены от материальных благ и их распределения, их роль с точки зрения взаимодействия с менеджерами частных компаний сведена к минимуму.

Третья проблема – избыточная численность государственных управленцев, непрерывно возрастающего числом при постоянном «сокращении» аппарата. Это связано с тем, что самый эффективный и доходный бизнес в стране – управление государственными ресурсами. При этом наблюдается острая нехватка топ-менеджеров, высшей квалификации способных эффективно управлять частными компаниями, с целью конкурентоспособности на мировых рынках.

Пути решения проблем в менеджменте:

- развитие гибких методологий управления: позволяют быстро адаптироваться к изменениям и разрабатывать продукты и услуги, соответствующие потребностям рынка;
- внедрение систем управления знаниями: обеспечивает доступ к необходимой информации и способствует обмену опытом между сотрудниками.

Маркетинг также претерпевает существенные изменения под влиянием цифровых технологий и меняющихся потребностей потребителей. Именно в условиях рыночной экономики, ориентированной на прибыль, а не на удовлетворение потребностей человека, широкое развитие получает маркетинг, считающийся инновационным направлением в экономике торговли.

Основная проблема маркетинга и маркетинговой деятельности – сбыть, продать, реализовать товар любым способом и любого качества. Такая экономика никогда не будет работать на потребности людей, ее задача – культивирование и стимуляция спроса людей на товары с помощью рекламы и моды, чтобы их реализация приносила максимальную прибыль. Если менеджмент как социальное управление связан с управлением людьми, то маркетинг можно считать особым видом управления людьми – покупателями и потребителями.

Не менее важная проблема маркетинга – обеспечить превращение продукта в предмет потребления. Дело в том, что в социально ориентированной экономике производство должно и работает на: наличные, реальные, перспективные, массовые потребности.

Пути решения проблем в маркетинге:

- персонализация маркетинговых сообщений: использование данных о потребителях для создания таргетированных и релевантных предложений;
- развитие контент-маркетинга: Создание полезного и интересного контента, привлекающего внимание потребителей и укрепляющего доверие к бренду;
- использование аналитики больших данных (Big Data): Позволяет получить глубокое понимание поведения потребителей и оптимизировать маркетинговые кампании.

Учет также сталкивается с рядом вызовов, обусловленных развитием цифровых технологий и изменением требований к отчетности:

- цифровизация учета: внедрение автоматизированных систем учета требует пересмотра традиционных методов и процедур, а также обучения персонала работе с новыми технологиями;
- безопасность данных: защита учетных данных от киберугроз становится все более важной задачей. Необходимо разрабатывать комплексные меры по обеспечению безопасности и конфиденциальности учетной информации;
- учет нематериальных активов: оценка и учет нематериальных активов, таких как бренды, патенты и программное обеспечение, представляет собой сложную задачу, требующую использования специализированных методов и подходов.

Пути решения проблем в учете:

- внедрение облачных технологий: позволяет снизить затраты на инфраструктуру и обеспечить доступ к учетным данным из любой точки мира;
- использование искусственного интеллекта и машинного обучения: автоматизация рутинных задач, таких как обработка первичных документов и выявление мошеннических операций.

Менеджмент, маркетинг и учет сталкиваются с множеством проблем, обусловленных изменениями в современной экономике. Успешное решение этих проблем требует от компаний гибкости, адаптивности, инновационного мышления и готовности к изменениям. Внедрение новых технологий, развитие компетенций персонала и ориентация на потребителя являются ключевыми факторами успеха в современном бизнесе.