

менеджменту класифікуються таким чином: економічні, організаційно-розпорядчі (адміністративні) та соціально-психологічні.

Група економічних методів орієнтована на економічні інтереси людей, як індивідуальні, так і колективні. Ці методи реалізуються шляхом створення системи прямого та побічного стимулювання окремих працівників, виробничих та управлінських груп і трудового колективу в цілому залежно від результатів господарської діяльності. На підставі економічних методів встановлюється цільова програма господарського розвитку окремих підприємств і організацій. До складу економічних методів менеджменту належать організаційно-виробниче планування, метод цільових комплексних програм, комерційний розрахунок, система економічних регуляторів господарської діяльності[3].

Організаційно-розпорядчі методи базуються на об'єктивних законах організації спільної діяльності та управлінні нею, їхньою метою є впорядкування функцій управління, обов'язків і прав працівників, регламентація їхньої діяльності. Організаційно-розпорядчі методи поділяються на три групи. Організаційно-стабілізуючі методи, що встановлюють та визначають довгострокові зв'язки в системах управління між людьми і їхніми групами. Розпорядницькі методи забезпечують оперативне управління сумісною діяльністю людей та підприємств і представлені у формі договорів, наказів, розпоряджень. Дисциплінарні методи призначені для підтримки стабільності організаційних зв'язків і відносин, а також відповідальності за роботу[4].

Сутність соціально-психологічних методів зводиться до способів впливу на особистість та колективи з метою зміни ними своїх настанов у трудовій діяльності та творчій активності, а також на соціальні й психологічні інтереси фірм та їхній персонал (роль і статус особистості, групи, фірми, психологічний клімат, етика поведінки, спілкування). Соціально-психологічні методи менеджменту поділяються на соціальні та психологічні. До соціальних методів належать: підвищення соціально-виробничої активності, наприклад, встановлення стандартів зразкової поведінки в усіх сферах діяльності; підтримка соціальної спадкоємності (конкурси майстерності, присвоєння кваліфікаційних відмінностей, свята з приводу ювілеїв і успішного завершення великих ділових операцій тощо); соціальне нормування (встановлення норм відносин між працівниками фірми, правил внутрішнього розпорядку, виробничого етикету; моральне стимулювання (індивідуальне і колективне)). Психологічні методи використовуються з метою гармонізації взаємовідносин працівників фірм і встановлення найбільш сприятливого психологічного клімату. До них належать: гуманізація праці (колірне забарвлення приміщень і устаткування; психологічне спонування (заохочення творчості, ініціативи і самостійності); задоволення професійних інтересів, підвищення творчого змісту праці; комплектування малих груп за критерієм психологічної сумісності працівників; встановлення нормальних взаємовідносин між керівниками і підлеглими[2].

Менеджмент використовує різноманітні способи, підходи та прийоми, які дають можливість упорядкувати, спрямувати та ефективно організувати виконання притаманних йому функцій, процедур і операцій, необхідних для здійснення управлінського впливу. Тому головним завданням менеджера є вибір методу, який у певній ситуації буде найбільш ефективним. Узгоджена і цілеспрямована робота колективу забезпечується правильним вибором і використанням усіх методів управління. Залежно від специфіки підприємства, соціально-економічної ситуації їх співвідношення може бути різним, однак вони не мають протиставлятися і покликані взаємно доповнювати один одного.

Список використаних джерел

1. Гірняк О. М. Менеджмент: теоретичні основи і практика. / О.М. Гірняк П.П. Лазановський. – К. : Магнолія плюс, 2003. – 336 с.
2. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – 2-е вид., випр., допов. – К. : Академвидав, 2007. – 464 с.
3. Менеджмент: теорія і практика : навч. посіб. / [А.А. Мазаракі, Г.Є. Мошек, Л.А. Гомба та ін.]. – К. : Атіка, 2007. – 564 с.
4. Осовська Г.В. Менеджмент організацій: навч. посіб. / Г.В. Осовська О.А. Осовський. – К.: Кондор, 2005. – 556 с.

Дзюрдзевич Леся Ярославівна,

студентка напрямку підготовки 6.030601 «Менеджмент»
економічного факультету Подільського державного
аграрно-технічного університету,
м. Кам'янець-Подільський
Науковий керівник: к.е.н. Гоголь І.А.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОЇ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВ

Життя суспільства на сучасному етапі повністю і цілком залежить від ступеня володіння інформацією та вміння її передавати з найменшими спотвореннями і втратами. З точки зору управління, інформацію використовують для того, щоб аналізувати і приймати рішення. Тому не можна недооцінювати роль інформації на етапі прийняття управлінського рішення. Правильно передана інформація допоможе виробнику, досягти необхідних результатів, а споживачеві правильно зорієнтуватися на ринку товарів.

Сучасне суспільство зараз практично знаходиться на порозі повної комп'ютеризації, що має на увазі собою використання таких каналів як Internet. Технічний прогрес вносить суттєві зміни, як в канали розподілу, так і в канали комунікації. Ці зміни впливають на роботу ЗМІ, забезпечуючи конкурентні переваги тим рекламодавцям, які першими підхоплюють і впроваджують нові технології. З перерахованих факторів можна зрозуміти наскільки важливу роль у нашому житті відіграє повноцінна інформація[1, с. 3].

Інформаційний менеджмент — це комплекс завдань управління на всіх етапах життєвого циклу підприємства, охоплюючи всі дії та операції, пов'язані як з інформацією в усіх її формах і станах, так і з підприємством у цілому на основі

даної інформації.

Інформаційна система менеджменту - це система збору інформації, що обробляє й представляє її у формі, найзручнішій для прийняття на її основі рішень, і розподіляюча її між кінцевими користувачами. Для прийняття рішень на основі інформації, остання повинна бути точною, своєчасною, доречною, легко доступною та представленою в необхідному форматі. Метою створення інформаційних систем є забезпечення інформаційної підтримки менеджерів при прийнятті ними рішень. Обмеження при розробці інформаційних систем менеджменту можуть бути обумовлені як зовнішніми, так і внутрішніми причинами. Зовнішні обмеження містять у собі правові питання, побажання споживачів і потреби постачальників. До внутрішніх обмежень відносять витрати по розробці ІСМ, доступність робочої сили щодо використання як персоналу, напрямку політики фірми та технічних характеристик комп'ютера, на основі якого розробляється ІСМ.

В науці про управління, на жаль, поки що не існує однозначного розуміння такого поняття як інформаційний менеджмент (ІМ). Тому що різні види менеджменту тісно пов'язані між собою (наприклад, документний та інформаційний), а також тому, що, як правило, менеджмент трактується як синонім «управління» і не завжди враховуються його специфічні особливості [2, с. 12].

Інформаційний менеджмент охоплює весь життєвий цикл інформаційних систем – від планування до використання, з метою цілеспрямованого використання інформації як ресурсу. У ньому розглядаються завдання управління інформаційними системами з точки зору фахівців галузі ІТ. Під інформаційним менеджментом ми розуміємо весь комплекс питань пов'язаних з управлінням інформаційними системами різних сфер та рівнів управління .

Предметом інформаційного менеджменту, є управління інформацією якою володіють люди. Реклама - основний метод, яким користуються маркетологи, щоб досягти споживача. Стимулювання збуту являє собою тимчасово діючі стимули грошового чи іншого характеру, які піднімають сприйману значимість товару або послуги. Міжнародний ринок електронної інформації можна розділити на три частини: ділова інформація (біржова та комерційна), професійна інформація (науково - технічна, юридична і т.д.), масова споживча інформація (новини, енциклопедії, довідники, мистецтво, погода, подорожі, розкладу і т.д.) [3, с. 34].

Для найбільш ефективного керування роботою підприємства необхідно мати достатню інформацію про положення справ на підприємстві і можливість оперативного реагування на зміни ситуації. Для цього керівник підприємства та інші відповідальні роботи повинні постійно мати свіжу і достовірну інформацію. Виникає необхідність керування роботою підприємства таким чином, щоб забезпечити швидкий і надійний зв'язок між різними службовцями для їх найбільш чіткої злагодженої взаємодії.

Пропоновані сучасними умовами вимоги до систем керування можуть бути задоволені лише за допомогою сучасних засобів автоматизованого керування. Досвід показує, що в наш час для рішення цих задач не обійтися без допомоги комп'ютерної техніки, що дозволяє в найбільш зручній формі зберігати і представляти користувачам службову інформацію, що їх цікавить. Для людей або організацій, пов'язаних з фінансами, вирішальне значення набувають зв'язки із засобами масової інформації (ЗМІ), вони допомагають поширювати інформацію, домогтися позитивного суспільного іміджу, оволодіти технікою досягнення цих цілей і т.д. [4, с. 11].

Отже інформаційний менеджмент – це те, що загалом відповідає за управління процесом взаємодії бізнесу та інформаційних технологій.

Список використаних джерел

1. Звіринців А.Б. Комунікаційний менеджмент / А.Б. Звіринцев.-СПб.: СОЮЗ, 1997. 228 с.
2. Почепцов Г. Теорія і практика комунікації / Г. Почепцов.- М.: Центр, 1998-352 с.
3. Хай-тек підморозило // Експерт № 13. 2 квітня 2001р.-С.34-38.
4. Пітер Р. Діксон. Управління маркетингом / Р. Пітер.- М.: ОНІКС ,1998-251с.

Дзюрдзевич Леся Ярославівна,

студентка напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент» економічного факультету Подільського державного аграрно-технічного університету, м. Кам'янець-Подільський
Науковий керівник: к.е.н., доцент Покотильська Н.В.

ФУНКЦІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЇХ РОЛЬ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Процес управління - це сукупність безперервних, послідовно виконуваних, взаємозв'язаних дій по формуванню і використанню ресурсів організації для досягнення нею своїх цілей. Ці дії є важливими для успіху організації і називаються функціями менеджменту. Таким чином, процес управління є загальною сумою всіх функцій [1, с. 52].

Функції менеджменту — види управлінської діяльності, які забезпечують формування способів управлінського впливу [2, с. 52].

Сформувався вони в процесі поділу і спеціалізації праці, оскільки будь-які управлінські процеси на підприємстві відбуваються на основі функціонального поділу.

Слово функція (від латинського *functio* - виконання, здійснення) означає обов'язок, коло або вид діяльності, призначення, роль.

Функції менеджменту - це відносно відокремлені напрямки управлінської діяльності, які дозволяють здійснювати певний вплив на управлінський об'єкт в цілях досягнення поставленої задачі. Функції менеджменту підприємством, об'єднанням витікають із змісту виробничого процесу, визначаються об'єктом і складом вирішуваних задач. Вони визначають специфіку управлінської праці, тісно зв'язані з іншими категоріями науки управління: структурою, методами, технікою, кадрами управління, інформацією і управлінськими рішеннями. Функції повинні мати чітко визначений зміст, опрацьований