

**Неволя Р.Д.**  
*студент;*

**Горшков М.А.**  
*асистент,*

*Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету*

## **ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Для забезпечення ефективного керівництва підприємством важливу роль відіграє правильне розуміння та застосування основних функцій управління. При виконанні тієї чи іншої роботи необхідно заздалегідь визначити, що потрібно в підсумку одержати, як організувати справу, мотивувати і проконтролювати її виконання. Це і є функції управління.

Важливі практичні та теоретичні аспекти з питань впровадження функцій у сфері управління підприємством досліджували вітчизняні науковці, а саме: А. В. Вороніна, В. Матвєєва, Є. С. Лазеба, С. І. Терещенко, Т. О. Фролова та інші.

Управління розглядається як сукупність функцій, що сприяють досягненню цілей організації та збільшення прибутку. У дослідженнях, пов'язаних з управлінням, відсутнє єдине визначення категорії «функції управління». Категорія «функція», яка походить з латинського «function» («відправлення», «діяльність»), широко використовується у таких науках як математиці, психології, філософії, соціології, економіці та ін. Вона вживається в значенні обов'язку, певного виду діяльності, властивості, залежність однієї причини від іншої і т.д., а також відображає сутність і зміст управлінської діяльності на всіх рівнях управління.

Функції менеджменту – це види діяльності щодо об'єкту, які зумовлюються кооперацією та поділом виконуваної роботи серед управлінського персоналу. Кожна функція складається із послідовності взаємопов'язаних дій для виконання поставленої ролі управління [1, с. 138].

Досліджуючи та систематизуючи наукові розробки вчених та практиків, вважаємо за доцільне до основних функцій управління відносити планування, організація, лідерство (керівництво) і контроль. Основні функції управління підприємством відображені на рисунку 1.

Функція планування вважається однією з головних. Практично всі науковці в галузі управління визнають її. Планування передбачає прогнозування, постановку цілей та завдань, даючи відповідь на такі питання як: «Що виробляти? Яким чином? Для кого?» [2, с. 45]. Дана функція пов'язана з існуванням у нашому житті певного ряду стихійних процесів, які можуть з'явитися внаслідок природних катаклізмів, можливостей неконтрольованої поведінки особи та інших причин, котрі не залежать від діяльності людини. За допомогою планування ми будемо схему впливу на об'єкт в майбутньому, а тому він не гарантує успіх управлінських рішень стовідсотково.

Організаційна діяльність є головним елементом систем управління. Функція організації – це процес систематичного коригування багатьох завдань і взаємовідносин між людьми, що їх виконують. Функція організації спрямована на реалізацію визначених на попередньому етапі планів.

Тобто, під організацією слід розуміти цілеспрямований вплив на колектив підприємства для створення механізму управління та взаємозв'язків у ній. Організаційна діяльність є головним елементом систем управління.

Керівництво – це феномен, який виникає у системі формальних (офіційних) відносин, а лідерство – феномен, зароджений системою неформальних (неофіційних) відносин. Роль керівника визначена відповідно до цілей організації, а роль лідера виникає стихійно.



**Рис. 1. Основні функції управління підприємством [3]**

Лідерство в меншій мірі стосується того, що ви робите, а в більшій – хто ви є. Лідер має працювати не на свої інтереси, проявляючи цинізм, а на виконання поставлених завдань підприємства. Лідерство відповідає на питання «Як бути?», а не «Як виконати те чи інше?». Лідер відрізняється від гарного керівника не лише тим, що виконує управлінські функції, але є неперевершеним інтегратором. Лідер повинен створювати мотивацію для своїх підлеглих [3, с. 84]. Вважаємо, що функція лідерства (керівництва) є функціонально необхідною для процесу управління підприємством.

Контроль є необхідним у всіх сферах життя людини. Функція контролю в управлінні визнається багатьма дослідниками. Вона дозволяє виявляти проблеми ще до того моменту, як вони перетворяться на кризові явища. Виділяють встановлення стандартів, виміру досягнутого у порівнянні із запланованим та коректування планів. Під контролем розуміється зворотній зв'язок управлінського процесу, тобто приведення до нормально стану планів, які потерпіли крах.

Контроль є постійною профілактичною діяльністю управлінського процесу для нормалізації його діяльності. Керівник який бореться з порушеннями, шляхом застосування жорстких заходів та звільнення з роботи не є ефективним менеджером. Контроль – це процес забезпечення досягнення цілей організації. Так як планування направлено у майбутнє, то така функція як контроль повинна передбачати та попереджувати зміни. У свою чергу контроль повинен бути об'єктивним, дієвим та систематичним. Доцільно також створення організаційних і соціально-психологічних умов для зменшення потреб контролю. Методами контролю можуть бути – аналіз, перевірка, самоконтроль, обстеження тощо [3, с. 85].

Отже, основні функції управління на практиці тісно взаємопов'язані одна з одною. Їх взаємодія забезпечує успішне функціонування підприємства у ринкових умовах незважаючи на зовнішні чи внутрішні чинники впливу. Так, обґрунтовано, що основними функціями є: планування, лідерство (керівництво), організацій та контроль.

Для ефективного управління підприємством менеджер повинен оперувати всіма функціями, постійно їх вдосконалювати та доповнювати в залежності від специфіки господарської діяльності. Це забезпечить виконання поставлених перед підприємством коротко- та довгострокових цілей.

**Список використаних джерел:**

1. Фролова Т. О. Еволюція функції менеджменту до умов глобалізації // Бізнес Інформ. – 2012. – № 1. – С. 138-146.
2. Терещенко С. І. Особливості управління в сучасних аграрних формуваннях / С. І. Терещенко // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент. – 2014. – Вип. 8. – С. 43-47.
3. Лазеба Є. С. Основні функції управління підприємством та їх взаємозв'язок / Є. С. Лазеба // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки. – 2012. – № 1, Т. 3. – С. 81-85.

**Подгола А.Г.***студентка,**Науковий керівник: Ястремська Н.М.**кандидат економічних наук, доцент,**Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського***ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ**

Ринкова трансформація економіки України, насичення ринку товарів і послуг, створення конкурентного середовища актуалізують необхідність використання фірмами певних технологій, одним з елементів яких є формування і зміцнення іміджу компанії.

Питання оцінювання конкурентного стану підприємств досліджували ряд науковців, зокрема таких як Г.Л. Азоєв, Л.Л. Антонюк, О.Є. Кузьмін, І.О. Піддубний, М.Портер, В.І. Савчук, Д.А. Корж.

Імідж – цілеспрямовано сформований (засобами масової інформації, літературою та ін.) образ будь-якої особи, предмета, явища, покликаний надати на кого-небудь емоційний і психологічний вплив у мету реклами, популяризації тощо та імідж – сформоване в масовій свідомості і має характер стереотипу емоційно забарвлений образ кого-небудь або чого-небудь [1].

Створення іміджу підприємства в ринковому середовищі ведеться на основі стратегічного підходу, за допомогою маркетингових комунікацій. Основні теми повідомлень – назва організації, її місія і девіз, фірмовий лозунг (слоган), логотип (яблуко компанії Apple), постійний комунікант (обличчя фірми), корпоративний герой (приклад корпоративного героя – ковбой Marlboro), фірмовий гімн, корпоративна легенда та ін. [2].

Формування образу компанії – справа не тільки фахівців (маркетологів, рекламистів, піарників). Імідж підприємства – це образ організації, який існує у свідомості клієнтів. Тому потрібно, у першу чергу, орієнтуватися саме на споживачів.

Найбільш важливими для виникнення довіри до організації і, відповідно, формування її позитивного іміджу є уявлення людей про наступне: фінансовий стан організації («процвітаюча», «стабільна», «з високими доходами»); історія компанії, її традиції і репутація («існує довгий час», «з традиціями», «з нею мають справу солідні фірми»); особистість керівника («на чолі стоїть солідна і порядна людина», «прогресивний, розумний»); публіциті – рекламна популярність («хороша реклама», «хороші відгуки», «чув багато хорошого»); опікування про персонал («співробітники як члени сім'ї», «багато свободи при високій відповідальності», «персонал спокійний за своє майбутнє»); соціальна відповідальність перед суспільством – якість роботи, рід діяльності, клієнтоорієнтованість («обов'язкова»,