

Мищенко В.Ю.
Державний біотехнологічний університет
Науковий керівник – канд. екон. н., доц. Сагачко Ю.М.

МЕНЕДЖМЕНТ СУЧАСНОСТІ

Сучасна людина – людина організована. Управління є одним з найважливіших видів людської діяльності. З тих пір, як людина почала формуватися в громадські організації для досягнення цілей і завдань, які вони не могли досягти як особистості, управління має важливе значення для забезпечення координації індивідуальних зусиль. Оскільки суспільство постійно покладалося на групу зусилля, і оскільки багато організованих груп стали великими, завдання менеджерів стає все більш важливими і складними. Відтепер, теорія управління стала вирішальною у тому, як менеджери управляють складними організаціями.

Традиційно роль менеджменту полягала в тому, щоб забезпечити максимальне використання робочої сили, відсутність нестачі ресурсів та безперервність виробничого циклу, але з того часу багато що змінилося. Зі зростанням сектора послуг та автоматизацією виробничих циклів роль менеджменту також зазнала радикальних змін. Давайте докладно розглянемо деякі з основних функцій управління в сучасній організації.

Функції менеджменту – це відносно відокремлені напрями управлінської діяльності, які дозволяють здійснювати певний вплив на управлінський об'єкт з метою досягнення поставленого завдання. [3] Функції повинні мати чітко визначений зміст, опрацьований механізм здійснення і визначену структуру, в рамках якої завершується її організаційне відокремлення. Під змістом розуміють дії, які повинні здійснюватися в рамках конкретної функції.

За змінами розміру і типу виробництва функції управління залишаються тими ж, змінюється лише обсяг робіт по їх виконанню. Так, незалежно від розміру підприємства на кожному з них виконується функція планування. На великому підприємстві для її виконання може бути створений плановий відділ, на невеликому дану функцію може виконувати один економіст, а у малих організаціях ці обов'язки покладаються на одного із спеціалістів по сумісництву. По мірі просування вгору від одного управлінського рівня до іншого об'єм робіт по функції збільшується, у зв'язку з чим зростає і чисельність працівників, які її виконують. Таким чином створюється єдина система органів по виконанню кожної функції менеджменту.

Загальні функції менеджменту - планування, організація, мотивація, контроль, координація, облік і аналіз є обов'язковими для всіх підприємств. Кожна з цих функцій для організації життєво важлива. Разом з тим планування, як функція управління забезпечує основу для інших функцій і вважається головною, а функції організації, регулювання, мотивації, контролю і обліку орієнтовані на виконання тактичних і стратегічних планів. [2]

- *Планування* – головна функція менеджменту, яка передбачає прогнозування, визначення цілей, стратегії, політики і завдань того чи іншого формування; означає свідомий вибір рішення щодо роботи: як, кому і коли її виконувати.

- *Організація* як функція менеджменту спрямована на формування керуючих та керованих систем, а також зв'язків і відносин між ними, забезпечення впорядкованості технічної, економічної, соціально-психологічної і правової діяльності кожного суб'єкта господарювання.

- *Мотивація* – це процес спонукання працівників до високопродуктивної діяльності для задоволення їхніх потреб і досягнення цілей організації.

- *Контроль* – це система спостереження і перевірки відповідності функціонування підприємства встановленим стандартам та іншим нормативам, виявлення допущених відхилень від прийнятих рішень і визначення причин їх невиконання.

- *Координація* як функція менеджменту становить процес, спрямований на забезпечення пропорційного і гармонійного розвитку різних сторін (виробничої, технічної,

фінансової тощо) об'єкта за оптимальних витрат матеріальних, фінансових і трудових ресурсів.

• *Регулювання* – це вид управлінської праці, метою якої є подолання протиріччя між організацією і дезорганізацією, порядком і чинниками, які цей порядок порушують. [3]

Менеджмент пронизує всю організацію, торкається практично всіх сфер її діяльності. Однак при всьому різноманітті взаємодії менеджменту і організації можна досить чітко визначити кордони діяльності, яка складає зміст менеджменту.

Отже, якщо жодна з цих функцій управління відсутня в організації, це може призвести до багатьох проблем, починаючи від хвилювань співробітників і закінчуючи фінансовими проблемами. Відсутність планування може призвести до безладдя та плутанини щодо дорожньої карти підприємства, відсутність організації може призвести до серйозних проблем, коли окремі співробітники чи команди конфліктують один з одним через посадові обов'язки або неясні щодо свого обсягу роботи.

Відсутність лідерства може призвести до того, що демотивовані співробітники просто проходять рутинний цикл, не докладаючи жодних зусиль для підвищення ефективності та результативності. Без Контролю співробітники, відділи або все підприємство може випустити з уваги кінцеву мету, що призведе до фінансових обмежень на висококонкурентному ринку.

Нехасва Лілія Євгенівна
Державний біотехнологічний університет
Наукові керівники – ст. викл. Муравйова О.М., ст. викл. Крупней М.І.

ANIME PILGRIMAGE AND LOCAL TOURISM PROMOTION (АНІМЕ-ПАЛОМНИЦТВО ТА ПРОСУВАННЯ МІСЦЕВОГО ТУРИЗМУ)

Amidst the recent rapid development of media and communication technology, particularly with the advent of the Internet, individual communication capability has been noticeably enhanced, thereby transforming the various forms of communication. In response to this situation, the young generation is forming many segmented private communities, free from conventional local ties and business connections through social networking services (the services that provide social networks on the Internet, such as mixi, or the Japanese version of Myspace). These dramatic changes in communication activity and the establishment of a wide variety of communities based on the common use of the Internet, are remarkably transforming the tourism patterns of young people, who enjoy the new trends, and are also creating a huge effect on local tourism development. These changes, which vary immensely from conventional forms of tourism, can be termed the “tourism information revolution”.

During post-war Japan's high-speed economic growth period (from the 1960s to the 1970s), social infrastructure was a critical factor for tourism, and its development triggered new tourist behaviour. Mass transportation and speedy travel time were key factors for the establishment of public transit systems, such as bullet trains and jumbo jets, and continuous technological progress was made toward the maximization of carrying a high volume of passengers at a given time with a minimization of transit time.

Thus, an efficient travelling pattern in which a particular package of tourists visited limited areas where public transit systems had been developed became common. This is the way mass tourism was established in our country. As an efficient method to handle such a form of tourism, package tours coordinated by travel agencies were developed. In this way, transportation companies (airline, railway and bus, etc.) and travel agencies played a central role in developing the tourist industry and the model of “corporate-coordination-oriented tourism” was created.

During the period that followed, around the bubble economy (from the 1980s to the 1990s), the value of public facilities and regional resources was a significant factor for tourism. During the