

Прийняття рішення є свідомим вибором наявних варіантів або альтернатив напрямку дій, що зменшує невідповідність даного періоду часу та майбутнім станом організації. Процес вибору потенційних продуктивних варіантів проводиться виходячи з того, що серед багатьох альтернативних рішень завжди присутні схожі між собою.

Прийняття управлінських рішень є надзвичайно важливою частиною функціонування будь-якого підприємства. Ефективність роботи підприємств залежить від правильно прийнятого рішення. Проблема прийняття рішень є важливою, оскільки відіграє значну роль у будь-якій сфері людської діяльності.

Список використаних джерел та літератури:

1. Семенов А., Набоков В. Основи менеджменту: книга. М.: Видавничо-торгова корпорація «Дашків і К», 2010 — 576 с.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Кравченко О. О.

Я. І. Кучерук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ІНФОРМАЦІЯ, ЇЇ ВИДИ І РОЛЬ У МЕНЕДЖЕМЕНТІ

Функціонування будь-якої організації нереальне без обміну інформації. Вона потрібна, щоб надати змогу менеджерам приймати ефективні рішення.

Керівництво інформаційним процесом накопичується в обміні інформацією між суб'єктом управління, об'єктом керівництва і поміж інших осіб.

Інформація — це дані перетворені в чіткому контексті, які формулюють конкретний стан події, задля зменшення невизначеності [1, с. 30].

Інформація може класифікуватися за призначенням, сферами виникнення та формами фіксації інформації, якими користуються в управлінні різні організації. Одними із головних класифікацій виділяють рівну та змістову. Завдяки рівній ознаці можна визначити спрямованість інформації: повідомна, командна та горизонтальна. Змістову інформацію класифікують за типами взаємозв'язків та сферою функціонування [2, с.52].

Класифікація інформації дуже важлива як для розгляду уже сформованої системи, так і для нової, яка тільки почала створюватися. Завдяки їй можна визначити ділянки, де надлишок або замало інформації. В управлінській організації потрібно спостерігати за доцільним співвідношенням координаційною, контрольною, плановою та обліковою інформацією. Іноді через відсутність облікової інформації менеджери розробляють планову, через що у висновку мають негативний вплив на ефективність прийнятих рішень.

Завдяки інформації, яка має важливі для оцінки ситуації та прийняття ефективного рішення, дає змогу директорові вчинити обґрунтоване рішення.

Роль інформації дуже суттєва при виборі рішень, які забезпечують роботу підприємства чи організації. По-перше, інформація несказанно важлива при прийнятті рішення, оскільки керівник завжди у стані невизначеності та ризику і її велика кількість дозволяє правильно проаналізувати всі за і проти. По-друге, організаціям завжди потрібна інформація задля результативного впливу на процес і на саме підприємство. По-третє, як передбачити економію від заподіяної інформації. Різні організації при використанні однієї і тієї ж інформації при веденні бізнесу матимуть різні результати.

Інформаційне забезпечення — сполучення відомостей за певними властивостями, які використовуються для вирішення конкретних задач. Головна задача інформаційного забезпечення полягає в тому, щоб зменшити витрати часу на консервативну роботу. Є два головних підходи для вибору інформаційного забезпечення: функціональний та інтегрований.

Функціональний створює всі операції для отримання та аналізу інформації, відштовхуючись від своїх даних, документообігу, каналів зв'язку та архівів. Управлінці самі збирають та аналізують інформацію і уже після цього створюють проекти управлінських рішень [3, с. 92].

Відповідно до інтегрованої системи інформаційного забезпечення проектування відбувається одразу під велику сукупність функцій управління. Використати цей підхід можна лише, якщо відбудеться передача інформації від ходу управління та виробництва.

Отже, інформація це один із найголовніших та найважливіших факторів у процесі управління та функціонування керівника, який істотно впливає на ефективність керування.

Список використаних джерел та літератури:

1. Литвин В.В. Технології менеджменту знань. — Львів: Видвн. лвівської політехніки, 2010. — 260 с.
2. Стадник В.В., Йохна М.А. Менеджмент. — Київ: Академвидав, 2007.
3. Твердохліб М. Інформаційне забезпечення менеджменту. – К.,2004.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Білик В.В.

С. О. Луговський

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЧОМУ БРЕНД ВАЖЛИВИЙ?

Брендинг, за визначенням, є маркетинговою практикою, в якій компанія створює ім'я, символ або дизайн, які легко ідентифікувати як приналежність до компанії. Це допомагає легко впізнати продукт і відрізнити його від інших продуктів і послуг. Брендінг є важливим, тому що це не тільки те, що залишає враження на споживачів, але й дозволяє вашим клієнтам знати, чого очікувати від вашої компанії. Це спосіб виділити себе з конкурентів і доводить, що саме ви пропонуєте кращий вибір. Ваш бренд побудований так, щоб бути справжнім представником того, хто ви, як бізнес, і як ви бажаєте бути сприйнятим.

Є багато галузей, які використовуються для розробки бренду: рекламу, обслуговування клієнтів, рекламні товари, репутацію та логотип. Всі ці елементи працюють разом, щоб створити один унікальний і привабливий професійний профіль.

Брендинг є критично важливим для бізнесу через загальний вплив, який він робить на вашу компанію. Брендінг може змінити те, як люди сприймають ваш продукт, він може керувати новим бізнесом і підвищувати обізнаність про бренд.

Найважливіша причина брендингу - це те, як компанія отримує визнання і стає відомим споживачам. Логотип є найважливішим елементом брендингу, оскільки він, по суті, є обличчям компанії. Ось чому професійний дизайн логотипу повинен бути потужним і легко запам'ятовуватися, справляючи враження на людину на перший погляд. Друковані рекламні продукти - це спосіб досягти цього.

Брендинг є важливим при спробі генерувати майбутній бізнес, а міцно створений бренд може підвищити цінність бізнесу, надавши компанії більше важелів впливу на промисловість. Це робить його більш привабливою інвестиційною можливістю завдяки своєму міцному місці на ринку.

Сильний брендинг в цілому означає, що серед споживачів є позитивне враження про компанію, і вони, ймовірно, мають справу з вами через те, що вони знайомі та вважають надійним ваше ім'я, якому можуть довіряти. Після того, як бренд буде добре зарекомендованим, усні слова будуть найкращою і найефективнішою технікою реклами компанії.

Коли працівник працює у фірмі і дійсно стоїть за брендом, вони будуть більш задоволені своєю роботою і матимуть вищу ступінь гордості за роботу, яку вони роблять. Робота для бренду, який є авторитетним і допомагає з високою повагою серед громадськості, робить