

одночасно з матеріальним потоком йде інформація про кількісні та якісні параметри матеріального потоку дозволяє швидко та правильно ідентифікувати товарно-матеріальні цінності та направити їх за призначенням. Проходження інформаційного потоку з відставанням від матеріального зазвичай допускається лише для оцінки останнього. Слідом за матеріальним потоком у зустрічному напрямку може проходити інформація про результати приймання вантажу за кількістю та якістю, різноманітні претензії, підтвердження, інформація про взаємні розрахунки тощо.

Мета інформаційного забезпечення в логістиці полягає в тому, щоб отримати можливість управління, контролю та комплексного планування руху матеріалів та виробів. Для цього необхідно повний контроль всієї маси інформації, що створюється і передається. Все більш нагальною стає проблема безперервного обліку результатів функціонування системи, що сприяє оперативному внесенню змін як у побудову, так і в реалізацію ходу виробничих процесів та товароруху. Сьогодні процвітають ті компанії, які в змозі найшвидше зібрати та обробити достовірну інформацію (про стан фінансів та складів, про рух матеріалів, про ціни у конкурентів тощо) і, проаналізувавши її, прийняти те чи інше рішення, щоб не відстати та зіграти на випередження. Саме тому дослідження в процесі організації інформаційних потоків на підприємствах різних галузей набуває все більшої актуальності.

УДК 65.012.4.

*В.В. Биба, к.т.н., доцент
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

ІСТОРІЯ ІДЕЙ МЕНЕДЖМЕНТУ

Історія ідей менеджменту є досить багатошаровою, оскільки ця наука розвивалася протягом багатьох століть та мала значний вплив на економіку, політику та соціальну сферу. Можна виділити декілька етапів розвитку ідей менеджменту, починаючи з античності та закінчуючи сучасністю. Нижче представлені тези, які розкривають основні етапи розвитку ідей менеджменту та висвітлюють ключові поняття та напрямки цієї науки.

У сучасному світі менеджмент є невід'ємною частиною підприємницької діяльності, але його історія має багато витоків і розвитку.

Перші форми менеджменту відображалися у формі управління військами, а також в організації будівництва пірамід в Єгипті [1].

У Середньовіччі та Ренесансі існували форми менеджменту, які включали в себе управління людьми та ресурсами, але на даний момент вони ще не були структуровані в систематичну теорію.

У XIX столітті виникла промислова революція, що привела до потреби у впорядкованій системі управління великими підприємствами. У цей час з'явилися такі концепції, як науковий менеджмент та класичний менеджмент.

В 1930-х роках почалася ера людських відносин в менеджменті, коли було звернуто увагу на значення міжособистісних відносин і мотивації працівників. У 1950-х роках виникла система менеджменту, яка була зосереджена на цілеспрямованості та управлінні процесами. У 1960-х роках з'явилися ідеї управління якістю, які були актуальними в рамках японської економіки, а також теорія контингентного управління, яка зосереджувалася на тому, що немає універсального підходу до управління.

У 1980-х роках почали розвиватися стратегічні концепції менеджменту, які зосереджувалися на довгостроковому плануванні та конкурентній перевазі.

У 1990-х роках з'явилися нові концепції менеджменту, зокрема, теорії зміни та інновації, які висвітлювали важливість адаптації до змін в бізнесі та розвитку нових ідей та продуктів.

У 2000-х роках менеджмент став більш комплексним та диверсифікованим, з'явилися нові напрямки, такі як управління проектами, управління знаннями та управління ризиками.

Сьогодні в менеджменті все ще розвивається багато нових ідей та концепцій, таких як дизайн-мислення, лідерство в кризових ситуаціях та управління змінами.

Усі ідеї та концепції менеджменту мають свої переваги та недоліки, і успішне застосування їх залежить від контексту та потреб бізнесу. Розвиток ідей менеджменту пов'язаний із зміною соціально-економічних умов та технологій, а також із зростанням конкуренції та потреб споживачів. Для успішного управління бізнесом необхідно постійно вивчати та аналізувати історію та розвиток ідей менеджменту, враховувати контекст та потреби свого підприємства та ринку в цілому.

Усі ідеї та концепції менеджменту мають спільну мету – забезпечити ефективне управління бізнесом та досягнення поставлених цілей. Однак їх застосування залежить від багатьох чинників, таких як відкритість до інновацій, культура організації, наявність ресурсів тощо.

Історія ідей менеджменту свідчить про те, що ефективне управління відповідає потребам ринку, конкуренції та змінюваним умовам діяльності бізнесу.

За останні десятиліття менеджмент став все більше спрямованим на клієнта, що відображає зростання важливості задоволення потреб споживачів та розвитку CRM-стратегій. Також сьогодні значну увагу приділяється корпоративній соціальній відповідальності, етиці та сталим розвитком підприємств. Розвиток технологій відкриває нові можливості для

управління бізнесом, такі як застосування аналітики даних, штучного інтелекту та інших цифрових технологій.

Історія ідей менеджменту є невичерпним джерелом знань для керівників та менеджерів, які бажають підвищити ефективність своєї діяльності та розвивати свої навички управління.

У кінці кінців, успішне управління вимагає знань та розуміння історії та розвитку ідей менеджменту, а також здатності використовувати ці знання в контексті свого бізнесу.

Загалом, історія ідей менеджменту доводить, що в умовах постійних змін та викликів важливо не тільки вміти адаптуватися, але й активно шукати нові підходи та інноваційні рішення. Індустрії та компанії, що успішно розвиваються, завжди працюють над покращенням своєї стратегії та процесів управління. З цієї причини, вивчення історії ідей менеджменту не є тільки академічним питанням, але стає важливою складовою для розвитку успішної кар'єри у сучасному світі бізнесу.

Література

1. Taylor, F. W. (1911). *Principles of scientific management*. Harper & Brothers Publishers.

2. Kotter, J. P. (1990). *A force for change: How leadership differs from management*. Free Press.

3. Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.