

Отже, завдання покращення конкурентоспроможності транзитивних економік передбачає формування нового рівня регулювання економічних відносин. Йдеться про орієнтацію політики забезпечення конкурентоспроможності на створення сприятливих ринкових умов й інтенсифікацію зусиль у тих сферах, що мають потенціал імпортозаміщення та розвитку експорту на інноваційних засадах.

У цьому контексті слід визначити два ключові напрямки реформування в країнах з транзитивною економікою: перехід до постіндустріальної моделі виробничо-економічного розвитку; реформування системи вищої освіти. Розглянемо вказані напрямки більш докладно.

По-перше, це відмова від стратегії наздоганяючого розвитку базових галузей промисловості, що створюють лише умови для «тінізації» економіки. На глобальному ринку великий бізнес самостійно здатен відшукати оптимальні ніші функціонування та розвитку. Більш вагомий вплив на економічне зростання має середній клас як власник і споживач продукції середнього та малого бізнесу. Створення робочих місць у сфері послуг протягом трьох-п'яти років здано «витискати» такі підприємства на регіонально-світовий рівень (обслуговування країн-сусідів) та підвищувати міжнародну конкурентоспроможність цих країн.

По-друге, система вищої освіти країн з транзитивною економікою повинна забезпечувати підготовку фахівців, здатних до самозайнятості, до роботи в сфері малого та середнього бізнесу, головне, обізнаних в реаліях сучасного світу, готових залишитись та розвивати власну країну.

Таким чином, стратегія інноваційного зростання країн з транзитивною економікою складається як результат галузевих структурних перетворень, що полягають у формуванні організаційних можливостей розширювального відтворення через виробництво й експорт послуг, розбудови постіндустріального суспільства. «Локальний» характер інноваційного зростання в еру глобалізації дозволяє здійснювати поступове нагромадження капіталу, провести структурні реформи промисловості, інфраструктури, торгівлі та послуг, створювати умови для «точкового» впровадження державних програм інноваційного розвитку країни.

Література

1. Таранич О. В. Особливості формування конкурентних переваг розвинених країн на світовому ринку // Економіка і організація управління: Збірник наукових праць. — Вінниця: ДонНУ, 2016. – Вип. 3 (23). – 440 с. – С. 317–326.

УДК 658: 664.6 (045)

АНАЛІЗ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ КОНЦЕПЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

О. А. Шланак

Проблема формування оптимального комунікаційного процесу в управлінні, ефективності комунікацій вже багато років знаходиться в центрі уваги фахівців з менеджменту. Оцінка комунікацій повинна бути здійснена на основі вимірювання часу та результативності роботи з базою даних. Результативність може бути оцінена експертними методами за відповідністю знайденої інформації для виконання управлінських та бізнес-процесів.

Однак для менеджменту важливо окреслити саме комунікаційне середовище підприємства та вплив комунікаційних методів управління на якість менеджменту. Управління комунікаціями повинно відповідати цілям розвитку організації. Так, можна стверджувати що «комунікаційне середовище – це інформаційний простір, що передбачає обмін інформацією між людьми за допомогою різноманітних засобів. Основною складовою комунікаційного середовища є комунікація. Проте, комунікація не обмежується простим передаванням інформації. Вона має здійснюватися таким чином, щоб надіслана інформація впливала б на поведінку того, кому вона адресована, мотивувала б його до певних дій. В основі концепції комунікаційного середовища лежить принцип ефективності комунікацій, який можна визначити таким чином: управлінську комунікацію «керівник – підлеглий» можна вважати ефективною при точній передачі завдання керівником підлеглому.

В загальному випадку комунікацію можна вважати ефективною у випадку правильного розуміння підлеглим делегованого керівником завдання.

Однак залишається проблема вимірювання ефективності та формалізованої оцінки ефективності передачі та розуміння повідомлення комунікацій, а результати діяльності внаслідок отриманої інформації можуть бути прийняті за показники ефективності комунікацій, але дозволять удосконалити обмін інформацією тільки для майбутніх ситуацій.

Відповідність результатів ефективності комунікаційного середовища та цільових показників розвитку підприємства визначається показниками гармонії між загальною стратегією та комунікаційною стратегією.

Комунікаційне середовище підтримується інформаційною інфраструктурою підприємства, яке є системою організаційних структур, що забезпечують функціонування та розвиток інформаційного середовища та засобів інформаційної взаємодії.

З-поміж основних концепцій менеджменту, які впливають на формування ефективного комунікаційного середовища доцільно виділити:

1. Концепція системи тотального управління якістю підприємства. Сутність цієї концепції базується на визначенні відповідальності та ролі кожного, регламентації та впорядкування діяльності організації, ведення, накопичення та обробка інформації, координація, регулювання, аналітичне вироблення рішень з питань якості; управління процесами, контроль продукції та ресурсів та постійне підвищення кваліфікації персоналу. Все це легко інтегрується з концепцією управління знаннями, тому що динамічна система якості сконцентрована на конкретних технологічних та бізнес-процесах системи знань, що формується на основі показників та критеріїв якості виробництва продукції, надання послуг та виконання управлінських завдань. Концепція системи тотального управління якістю легко інтегрується з маркетинговим менеджментом за такими принципами:

- орієнтованість на замовника;
- лідерство;
- залучення працівників.

2. Концепція маркетингового менеджменту. Вона передбачає ринкову орієнтацію діяльності підприємства, створення його конкурентних переваг.

3. Концепція системи збалансованих показників (англ. Balanced Scorecard (BSC)), розроблена на початку 1990-х років Р. Капланом та Д. Нортеном. Її призначення полягає у забезпеченні чіткішого формулювання стратегічних планів та їх реалізацію. Збалансована система показників — джерело інформації, регулятор взаємовідносин, дзеркало зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, дозволяє менеджерам представити бізнес у вибраних проекціях:

- клієнти;
- внутрішні економічні показники;
- інновації та навчання;
- фінанси.

Для підприємств доцільно вибрати такі проєкції: клієнти; бізнес-процеси; якість продукції; фінанси; персонал. За даною системою визначають цілі, показники, завдання, заходи. Комунікаційне середовище, в свою чергу також повинно відповідати визначеним проєкціям. Система збалансованих показників ефективно управляє такими ключовими процесами, як:

- переведення бачення у візуальні стратегії;
- комунікація і зв'язок;
- бізнес-планування;
- зворотний зв'язок і зміцнення знань у сфері стратегічного управління.

Система дозволяє визначити ключові процеси, виявити вартісні процеси та стратегії, сформувати систему оцінки кваліфікації кваліфікації персоналу; моніторинг застосовуваних технологій; оцінку всіх ключових процесів на відповідність обраній стратегії; визначити інвестиції, які потрібно здійснити в розвиток компанії з метою досягнення довгострокових цілей організації. Впровадження системи збалансованих показників можливе також за окремими підсистемами управління, зокрема в підсистемі управління комунікаціями. Такий підхід може бути використаний для оптимізації інфраструктури комунікаційного середовища, контролю його ефективності як за проєкціями самого комунікаційного середовища, так і за визначеними стратегічними проєкціями розвитку підприємства.

4. Концепція життєздатної системи. Модель життєздатної системи (ЖЗС – The Viable System Model), розроблена С. Біром для комунікаційної системи. ЖЗС складається з 5-ти взаємопов'язаних модулів, кожен з яких є життєспроможним:

Модулі 1–3 забезпечують операційну діяльність, модуль 4 – стратегічний розвиток та зв'язок зі споживачем; модуль 5 регулює та забезпечує узгодження діяльності модулів 1–4.

Така модель дозволяє сформувати комплексну модель комунікацій підприємства, оцінити її життєздатність та представити у вигляді безперервних управлінських функцій та процесів. Також логічна (інформаційна) модель дозволяє відобразити всі комунікаційні зв'язки та відповідність їх контенту і адресності поставленим цілям. Це дозволяє визначити цінність комунікацій, компетенції агентів комунікацій та використати ці моделі як базові для подальшої деталізації.

Таким чином, серед сучасних концепцій менеджменту, найбільш впливовими на розвиток системи комунікації, на нашу думку, є концепції управління якістю, проектами, система збалансованих показників та концепція життєздатності системи управління.

Підсекція управління персоналом та економіки праці

УДК 331.1+314

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАЛУЧЕНОСТІ ПЕРСОНАЛУ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Г. В. Бей

Постановка проблеми. Розвиток економіки України сьогодні набуває значних інноваційних перетворень, охоплюючи усі сфери життя населення і створюючи нові професійні виклики для кожного фахівця. Інтенсивні зміни та активізація бізнес процесів вимагають максимального результативного застосування усіх наявних ресурсів, зокрема у сфері праці та управління персоналом, висуваючи проблему залученості на перший