

Шафалюк М. С.,

аспірантка,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
work3ms@gmail.com

Шафалюк М. С.,

аспірантка,
Киевский национальный экономический университет
имени Вадима Гетьмана

Shafalyuk M. S.,

PhD student,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

ПЕРСПЕКТИВИ КОМ'ЮНІТИ-МЕНЕДЖМЕНТУ У РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНИХ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН

ПЕРСПЕКТИВЫ КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТА В РАЗВИТИИ КОРПОРАТИВНИХ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ОТНОШЕНИЙ

PROSPECTS OF THE COMMUNITY-MANAGEMENT IN THE CORPORATE SOCIAL-LABOR RELATIONS DEVELOPMENT

Досліджено еволюцію підходів і концепцій щодо організації взаємодії та розвитку соціально-трудова відносин у бізнес-корпораціях. Акцентовано увагу на необхідності розробки нових систематизацій наукового знання, удосконалення технологій управління за зміни характеру і закономірностей взаємодії учасників сучасних соціально-економічних систем. Показано переваги і перспективність використання принципів та інструментів ком'юніті-менеджменту для підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств.

Исследовано еволюцию подходов и концепций организации взаимодействий и развития социально-трудова отношений в бизнес-корпораціях. Акцентируется внимание на необходимости разработки новых систематизаций научного знания, совершенствования технологий управления при изменении характера и закономерностей взаимодействия участников современных социально-экономических систем. Показано преимущества и перспективность использования принципов и инструментов комьюнити-менеджмента для повышения эффективности деятельности отечественных предприятий.

The purpose of the article is a critical analysis of the provisions of the basic concepts of the organization of the interaction of participants of business corporations, the study of the prospects of new technology management and internal marketing, to reduce risks and increase the efficiency of enterprises. The evolution of approaches and concepts of the organization of interactions and the development of social and labor relations in business corporations is studied. Attention is focused on the need to develop new systematization of scientific knowledge, improve management technologies when changing the nature and patterns of interaction of participants in modern socio-economic systems. The advantages and prospects of using the principles and tools of community management for increasing the efficiency of domestic enterprises are shown. However, methodologies and performance indicators of community management in the development of modern corporate social and labor relations need further improvement. That will be the subject of the future publications.

Ключові слова. Соціально-трудова відносини, управління, організація взаємодії, інститути, внутрішній маркетинг, ком'юніті-менеджмент.

Ключевые слова. Социально-трудова отношения, управление, организация взаимодействий, институты, внутренний маркетинг, комьюнити-менеджмент.

Key words. Social and labor relations, management, organization of interactions, institutions, internal marketing, community management.

Вступ. За умов інформаційної економіки інноваційного типу способи організації корпорацій як соціально-економічних систем вимагають не меншої уваги, ніж фінансові аспекти їх господарської діяльності. Традиційно передбачається, що акціонери, менеджери і робітники можуть і мають синхронно, без зайвих обмежень виконувати свої ролі у когнітивних і фізичних процесах загальної діяльності корпорації, як якщо б вони були членами команди, в той час як вони фактично переслідують свої індивідуальні і групові інтереси (виграші).

Глобальні за масштабом і кардинальні за характером трансформації соціально-трудових відносин, зміни форматів зайнятості і взаємної відповідальності учасників корпоративних систем великою мірою руйнують закономірності і порядки інтеграції зусиль у межах звичних структур (інститутів) організації бізнесу. Керованість у розвитку останнього може бути забезпечена лише з урахуванням нових типів взаємодії спільнот, що адаптовані і функціонують за сучасних умов мінливості ринків, децентралізації і самоорганізації в управлінні господарською діяльністю, підприємницького характеру зайнятості, що враховує ризики короткострокових зобов'язань корпорацій перед співробітниками.

Фінансово-економічні кризи, що мали місце, починаючи з 80-х років ХХ ст., вбачаються багатьма авторитетними науковцями і практиками природним наслідком змін у корпоративних культурах бізнес-середовища та суспільних інституцій, їх організаційному устрої і принципах функціонування, що потребують нового системного переосмислення, формування сучасного базису для ефективної гармонізації цінностей та інтересів акціонерів, менеджменту, робітників корпорацій з масштабнішими на рівні суспільства у цілому, його інституційними елементами і підсистемами [1—4].

Постановка завдання. Мету статті, що передбачає критичний аналіз положень базових концепцій організації взаємодії учасників бізнес-корпорацій, вивчення перспектив нових технологій управління, внутрішнього маркетингу щодо зменшення ризиків і підвищення ефективності розвитку діяльності підприємств, зумовлено переважно актуалізацією проблем:

- зростаючої асиметричності параметрів і протиріч розвитку сучасних соціально-трудових відносин;
- відставання у науковому осмисленні нових феноменів в організації взаємодії суб'єктів економічних систем;
- застарівання класифікацій елементів та інструментів внутрішнього маркетингу, підходів і технологій забезпечення ефективної інтеграції зусиль всіх учасників бізнесу;
- брак системного наукового опрацювання та методичного забезпечення нових напрямків розвитку маркетингової практики і професій, зокрема ком'юніті-менеджерів.

Результати дослідження. Найпоширенішою точкою зору на організацію у другій половині ХХ ст. стала концепція Д. Норта, що визначає її як групу інститутів, де формальні чи неформальні механізми регулюють вибір дій зацікавлених сторін (інвесторів, співробітників, менеджерів). Інститути є рішеннями рівноваги для еволюційної гри, де створюються нові знання (інновації), що визначають динаміку відповідних змін в системах, їх механізми.

Розширюючи проекти досліджень шляхом застосування порівняльного інституціонального аналізу, а також системній інтеграції мікро- та макрорівнів через єдині норми і цінності у функціонуванні бізнес-корпорацій і їх аналогів, що спрямовані на виконання соціальних функцій, М. Аокі розвивив соціально-психологічні аспекти теорії еволюційної гри, в якій різні гравці володіють неповними когнітивними поглядами на гру, а інститути управління виступають в ролі механізмів самоврядування і спільного навчання, що скеровують стратегічні взаємодії між гравцями [1].

Це створило передумови, по-перше, для розуміння ключових чинників формування різноманіття систем управління, по-друге, показало впливовість когнітивних активів на ефективність функціонування корпорацій, можливість довгострокової конкурентоспроможності і перспектив розвитку бізнесу, а також дозволило у повній мірі реалізувати продуктивні підходи нової парадигми розвитку ринків і бізнесу:

- підприємницьких екосистем Дж. Ф. Мура, що передбачають можливість досягнення ефективності як конкуренції за егоїстичних інтересів суб'єктів економічних систем, так і через партнерство у конкуренції;

- співконкуренції Бранденбургера А. М. і Нейлбаффа Б. Дж., де виграти-програти кожного з гравців (у термінах теорії ігор) однаково залежать як від успішності боротьби між собою в певних заданих ситуаціях, так і від не прогнозованої зміни складу учасників, профілів і параметрів ринків, правил, масштабів і стратегій гри;

- сталого розвитку Г. Хемела та К. Прахалада, через руйнування інноваціями звичного у функціонуванні ринків і бізнесу, завдяки формуванню силами стратегічних альянсів, які спроможні забезпечити потрібні масштаби впливів, нових правил і форматів функціонування економічних систем, глобальних і локальних [5].

Показовими тут є приклади зі сфер інноваційного підприємництва чи професійних сервісів, де пізнавальні активи працівників і менеджерів є важливими з огляду на високий рівень взаємопов'язаних і взаємозалежних знань, активної участі всіх категорій стейкхолдерів корпорацій у бізнесі.

Результати авторських досліджень діяльності столичних підприємств сфери гостинності засвідчує, що у готелях (колективних засобах розміщення) персонал аналогічно є ключовим елементом бізнесу щодо створення необхідної і унікальної атмосфери гостинності, комфорту, доброзичливості та ввічливості. У стратегічній перспективі атмосферні та інші суб'єктивно значущі для клієнтів чинники і аспекти позиціонування брендів готелів стануть одними з найважливіших у забезпеченні конкурентоспроможності і прибутковості, що вже сталося у секторі торговельно-розважальних центрів м. Київ.

Завдяки критичній значимості організації правильної і якісної клієнторієнтованої роботи персоналу, що забезпечується комплексом управлінських та інших зусиль, за відповідними критеріями оцінки користувачів послугами київських готелів, характерними є достатньо високі рейтингові значення для переважної більшості закладів.

При цьому показово, що більшість відомих вітчизняних готелів з «радянською» історією, незалежно до стану основних будівель і приміщень, багато з яких було реконструйовано і відремонтовано, а також незалежно до зірковості їх категорії, потрапили у групу закладів, де оцінки роботи персоналу клієнтами

не перевищили середнього їх рівня у відповідних категорійних групах або були нижчими за мінімально необхідні 8 балів (рис. 1 і 2).

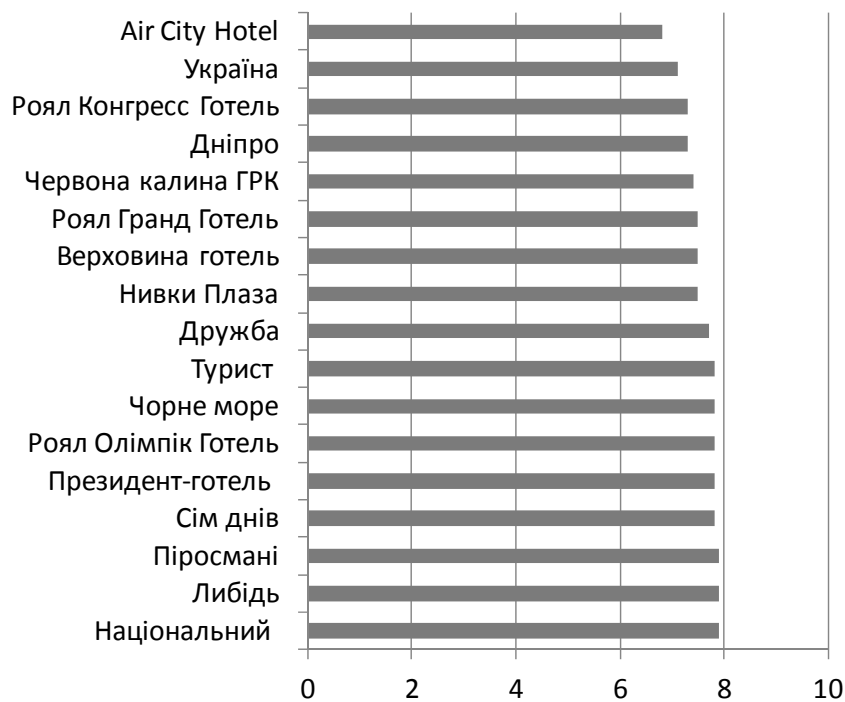


Рис. 1. Оцінки клієнтами роботи персоналу київських готелів категорій 3*+ у 2015 р., діапазон 6-8 балів

Таким чином, незважаючи на досить тривалий період реформування діяльності і виклики сучасного ринку, повноцінної перебудови їх діяльності за напрямками, що не потребують значних інвестицій і термінів, проте за високими стандартами сервісу для гостей не відбулося. Це створює передумови для негативних прогнозів щодо перспектив готелів відзначених груп.

Одним з шляхів виходу із кризових ситуацій і станів київських готелів з вітчизняним менеджментом, за усвідомлення власниками і фахівцями підприємств обмеженості внутрішніх можливостей і резервів розвитку, є перехід під управління мережевих операторів глобальних брендів. Частка таких підприємств постійно зростає і паралельно до будівництва нових готелів укріплює позиції закладів мережевого формату організації і функціонування.

Готель на 50 номерів у Європі і мережевих закладах ефективно прибирають не більше 6 покоївок, у дві зміни, з відносно високим рівнем оплати праці та соціальних гарантій. У багатьох пострадянських і відомчих готелях таку ж роботу виконують не менше 8 покоївок, які достатньо слабо мотивовані до праці, часто оформлені з порушенням трудового законодавства. Рутинні роботи при цьому слабо механізовані і забезпечені якісними матеріалами (хімічними засобами, одноразовими комплектами для виконання операцій і т.д.).



Рис. 2. Оцінки клієнтами роботи персоналу київських готелів категорій 3*+ у 2015 р., діапазон 8-10 балів

З рис. 3 легко побачити, що витрати на мотивацію роботи персоналу у більшості прибуткових готелів перевищують матеріальні за масштабом і часткою у

загальній структурі витрат. При цьому важливо, що для мережевих готелів відомих брендів витрати на персонал є високоефективними.

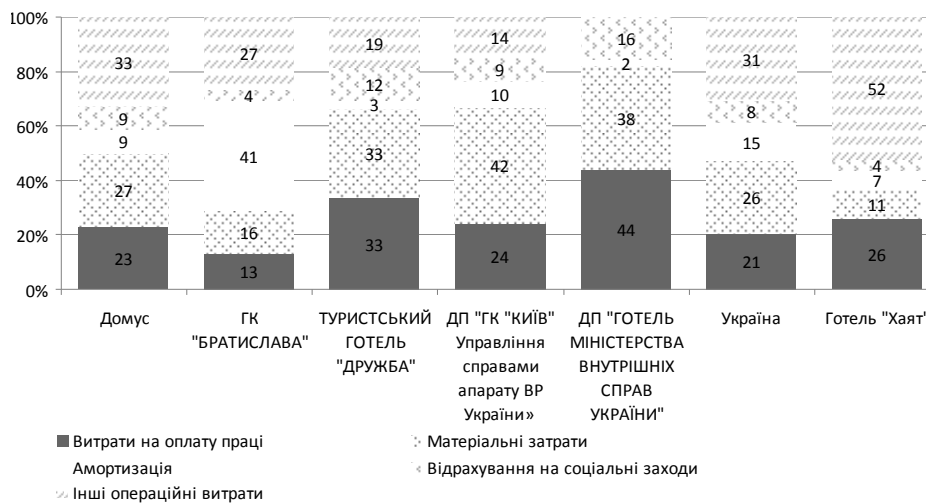


Рис. 3. Структура витрат київських готелів різного типу, %

Рентабельність операційної діяльності готелю «Хаят» складає 62 %, у той час коли для готелів «Україна», «Дружба», ДП «Готель МВС УКРАЇНИ» і ДП «ГК "КИЇВ" не перевищує 1 %.

Саме тому, у сукупності за трьома 3*+ категоріями, частка мережевих операторів у структурі конкуренції на київському ринку готельних послуг складає вже понад 37 %. Незважаючи на складну соціально-економічну ситуацію в економіці України, категорії чотирьох- і п'ятизіркових готелів є беззаперечними лідерами, частка яких сягає 70 % загального ринку. При цьому частка 10 провідних компаній складає не менше 55 %, а в межах двох категорій понад 75 %.

Мережеві оператори сьогодні визначають перспективи подальшого прогресу і зростання на столичному ринку сервісів гостинності. Зазначене великою мірою зумовлено увагою менеджменту до питань внутрішнього маркетингу, командоутворення і ком'юніті-менеджменту. Єдина система навчання персоналу, управління продуктивністю праці, у тому числі за рахунок правильного підбору і оптимальних режимів праці персоналу, запобігання дублювання функцій, створює передумови для економії зі збереженням якості обслуговування та високої мотивації співробітників готелю.

Соціальні технології в основі ком'юніті-менеджменту, як елемент цілісної системи або інструмент локальної дії, передбачають технологізацію виконання операцій (процесів) на етапах розробки, впровадження і реалізації з визначеною результативністю рішень (проектів), а саме формування процесів взаємодії, їх цільове спрямування і оптимізація параметрів, забезпечення усталеності, контрольованості і саморегуляції процесів, створення сприятливих умов для ефектної взаємодії. Відповідно, соціальні технології формування систем взаємодії і нейтралізації конкретних проблем їх функціонування чи розвитку будуть суттєво відрізнятися за складністю і масштабом дії їх складових.

Так, наприклад, технології ігрового занурення нових співробітників у середовище нової корпоративної культури за етапами передбачатимуть застосування елементів гейміфікації на етапі співбесіди, навчання та командоутворення (що є самостійною технологією інтеграції нових працівників у колектив), мотивування і оцінювання роботи тощо.

Висновки. Сучасні досягнення у розвитку теорії ігор надають чітку відповідь на давні наукові дискусії щодо природи і походження інститутів, протиставлення інститутів як перед-ігрового дизайну і спонтанного порядку, деонтичних ціннісних обмежень і раціонального вибору, регулярності дій і загальних значень, ендогенних і екзогенних поглядів і т.д.

Задля встановлення у корпораціях певного соціального порядку через рекурсивну гру соціальних ігор, деякі когнітивні категорії, такі як формальні закони, норми, правила, ритуали і організації, мають бути посередником між фізичними діями і поведінковими переконаннями гравців. Таким чином, методологічний індивідуалізм повинен бути закладений в інституційний аналіз, а взаємодії спільнот керованими з використанням нових принципів і технологій самоорганізації та гармонізації інтересів учасників відповідних підсистем.

За пріоритетності принципів самоврядування і взаємної відповідальності всі стейкхолдери корпорацій можуть утворювати ефективні спільноти, що забезпечують конкурентоспроможність, фінансову і організаційну стійкість бізнесу, справедливу гармонізацію інтересів всіх учасників.

Принципи і технології ком'юніті-менеджменту у розвитку сучасних корпоративних соціально-трудова відносин мають підтверджену ефективність і перспективи. Проте його методики та індикатори результативності для бізнесу потребують подальшого удосконалення, чому і буде присвячено наступні публікації.

Література

1. *Аоки М.* Корпорации в условиях растущего многообразия: познание, руководство и институты / [Перев. с англ. под ред. Ю. Каптуревского]. — М.: Изд-во Института Гайдара, 2015. — 368 с.
2. *Котлер Ф.* Привлечение инвесторов. Маркетинговый подход к поиску источников финансирования / [Перев. с англ. под ред. И. Евстигнеева]. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. — 194 с.
3. *Пикетті Т.* Капітал у XXI столітті / [Пер. з англ. під ред. Н. Палій]. — К.: Наш Формат, 2016. — 696 с.
4. *Шлихтер А.А.* Направления и механизмы взаимодействия социально-ответственного бизнеса с некоммерческим сектором США / А.А. Шлихтер. — М.: ИМЭМО РАН, 2010. — 104 с.
5. *Шпотов Б.* О современных теориях конкурентных преимуществ и отраслевого лидерования // Проблемы теории и практики управления. — №3. — М.: ООО «ЛЕНАНД», 2001. — С. 50–55.

References

1. Aoki, M. (2015), *Korporatsii v usloviyah rastuschego mnogoobraziya: poznanie, rukovodstvo i institutyi* [Corporations in Evolving Diversity: Cognition, Governance, and Institutions], Translated by Kapturevskiy Y., Moscow, Russia.

2. Kotler, F. (2009), Privlechenie investorov. Marketingovyyi podhod k poisku istochnikov finansirovaniya [Attracting investors. F marketing approach to finding funds for your business], Translated by Evstigneev I., Moscow, Russia.
3. Piketti, T. (2016) KapItal u XXI stolIti [Capital in the twenty-first century], Translated by Pal'y N., Kyiv. Ukraine.
4. Shlihter, A.A. (2010), Napravleniya i mehanizmyi vzaimodeystviya sotsialno-otvetstvennogo biznesa s nekommercheskim sektorom SShA [Directions and mechanisms of interaction of socially responsible business with the non-profit sector of the USA], IMEMO RAN, Moscow, Russia.
5. Shpotov, B. (2001), "O sovremennyih teoriyah konkurentnyih preimuschestv i otraslevogo lidirovaniya", Problemyi teorii i praktiki upravleniya, no. 3, pp. 50–55.

Стаття надійшла до редакції 25.01.18 р.

УДК 330.342.24

Алексаиян А.Г.,
аспірант,
Університет банківської справи
aleksanian.kiev@gmail.com
Алексаиян А.Г.,
аспірант,
Університет банковского дела
Aleksanyan A.G.,
Ph.D Student,
Higher State Educational Institution
«Banking University»

ІНФОРМАЦІЙНА ЕКОНОМІКА: ВПЛИВ НА МОЖЛИВОСТІ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ

ИНФОРМАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА: ВЛИЯНИЕ НА ВОЗМОЖНОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

INFORMATION ECONOMY: INFLUENCE ON POSSIBILITIES OF THE HUMAN DEVELOPMENT

У статті досліджено можливості і загрози, які виникають у царині людського розвитку в умовах переходу до інформаційної економіки як для окремого працівника, так і для національної економіки в цілому. Ці можливості і загрози передусім пов'язані з такими ознаками інформаційної економіки: автоматизація виробництва товарів та послуг, зростання частки інформаційних продуктів і послуг у ВВП, розвиток можливостей віддаленої праці, формування глобального інформаційного простору.

В статье исследованы возможности и угрозы, возникающие в сфере человеческого развития в условиях перехода к информационной экономике как для отдельного работника, так и для национальной экономики в целом. Эти возможности и угрозы прежде всего связаны с такими признаками информационной экономики: