

Урядові департаменти відповідальні за проведення законодавчої та виконавчої політики. Для кожної посади органів державного управління складено програму тестування, яка дозволяє досить просто наймати на роботу висококваліфікованих працівників [3], покращити мобільність кадрового потоку та дотримуватись незалежності соціально-класової структури країни. Окрім федеративних урядів, у країні виділяють також унітарні, що мають більший вплив на повсякденне життя громадянського суспільства.

Засади вищезазначеної моделі у Великобританії почали формуватись у 1850–1870 рр., коли була проведена реформування щодо постійної професійної служби, яка розподіляла чиновників на такі групи:

- адміністративного класу (постійний секретар, заступник постійного секретаря, помічник заступника);
- адміністративна (старший виконавець, учень адміністратора);
- група, що поєднує науково-професійних працівників і технічних спеціалістів.

Великобританія дотримується принципу, що адміністративний апарат може впливати на політичні рішення міністерств. Завжди вважалося, що для адміністративного сектору у Великобританії намагалися наймати «фахівців», а до роботи слід підключати дженералістів, тобто людей, які розуміються на стратегії ведення бізнесу. Проте, в останні десятиліття Великобританія все більше зорієнтована на американську модель менеджменту в якій значно виділяється роль фахівців у секторі державного адміністрування, тому що дженералісти не справляються із обсягом покладених на них завдань, і експерти через це втрачають багато часу для детального роз'яснення проблеми.

У Франції кадровий склад державних службовців утворюється за допомогою закритого та відкритого методів. Для закритого способу застосовується обмеження доступу до державної служби, а добір кадрів відбувається на основі їх освіти, а саме з вищих навчальних закладів і офіційного їх призначення на посаду.

У Франції існує винятковий порядок просування по службі, основною метою якого є підвищення в класі особливо важливих державних службовців. Також у Франції існує інститут політичних чиновників, які користуються усім функціоналом звичайного чиновника, але не обмежуються лише ним, оскільки від самого початку зорієнтовані на вищу ланку управління.

Особливістю французької моделі менеджменту є те, що посада директора, генерального секретаря або члена міністерського кабінету, вважається політичним призначенням і цих осіб призначає саме уряд. Чиновництво Франції представляє собою певну піраміду, у якій кожна ланка впливає на нижчу. Лише верхня група має виняткове місце (топ-менеджмент). Окрім інститутів чиновників у Франції існує інститут посередника, що являється певним доповненням системи контролю за адміністративно-державним управлінням, який виступає у ролі органу розслідувань.

Таким чином, в роботі досліджено різні моделі менеджменту за допомогою яких адміністративний персонал може зробити певний висновок щодо перспектив використання інструментів вищезазначених шкіл у себе на підприємстві.

Література:

1. Категорія соціального капіталу в умовах соціально-економічної перебудови / В.М. Білявський // Регіональні перспективи. – 2004. – № 3–5 (40–42). – С. 66–68.
2. Джерела формування кадрового потенціалу торговельного підприємства / В.М. Білявський // Сталий розвиток економіки. – Г'2011. – № 4. – С. 249–254.
3. Кадрова політика, як фактор підвищення ефективності роботи організації / В.М. Білявський // Функціонування економічних систем в умовах постіндустріального розвитку : матеріали Всеукр. наук.–практ. інтерн.–конф. – Х. : Укр. інжен.–педаг. акад., 2015. – С. 246–249.

ВИКОРИСТАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ В БІЗНЕСІ

Т.В. Аверіхіна, к.е.н., доцент

А.Б. Коваленко

Одеський національний політехнічний університет

м. Одеса

Роль конкуренції у світі невинно зростає. Адже сьогодні задля успішного функціонування підприємства недостатньо лише забезпечити його новітнім технічним оснащенням, використовувати сучасні технології, проводити маркетингові дослідження тощо. Підприємство досягає своєї мети, тільки в тому випадку, якщо може забезпечити свою конкурентоспроможність. Для цього слід знати якомога більше інформації про своїх конкурентів, мати можливості захистити себе від поглинання іншими компаніями та забезпечити утримання і зміцнення своїх позицій на ринку. Конкурентна розвідка, подібно потужному радару, вловлює нові віяння в бізнесі, відстежує можливості і попереджає про насування небезпеки і тому при її ефективному застосуванні, вона може стати вирішальним фактором успіху введення бізнесу [1].

Конкурентна розвідка виникла кілька століть тому, але в її сучасному вигляді з'явилася в середині 1980-х років у США. Її поява тоді було ініційовано компанією Motorola, яка вирішила перенести, наскільки можливо, досвід державних розвідок у бізнес. Вихідці з американських державних спецслужб створили конкурентну розвідку. Вони змінили стереотипне уявлення про неї. В результаті симбіозу підходів державних розвідок до роботи з інформацією і досвіду представників бізнесу, розвідка перетворилася на ефективний інструмент досягнення конкурентної переваги.

В наш час, питання конкурентної розвідки є недостатньо дослідженими. Вивчення опублікованих праць за вказаною темою, дає можливість відмітити наявність багатьох підходів, різних думок, теорій, різнопланових трактувань сутності та проблем конкурентної розвідки. Серед авторів, що займались дослідженням даної теми можна виділити таких, як В. Абрамов [2], Д. Ховіс [3], Д. Міллер [4] та інші.

Розуміння того, що в умовах ризику і невизначеності істотно зростає роль повної, своєчасної та достовірної інформації як основи для прийняття управлінських рішень, прискорило процес поширення конкурентної розвідки. Адже підприємець приймає рішення на основі аналізу інформації, яка є у його розпорядженні на даний момент. Якщо наявна інформація повна і достовірна, а аналіз проведено швидко і якісно, то рішення будуть вірними. Відповідна інформація допомагає компенсувати недоліки і допомогти захистити інтереси компанії. Конкурентна розвідка допомагає організації зрозуміти динамічне середовище ринку і вибрати правильну бізнес-стратегію [5].

Зростання ролі конкурентної розвідки визначають наступні чинники:

- швидке зростання темпів ділового життя;
- інформаційне переваження;
- зростаюча глобальна конкуренція;
- збільшення агресивності конкурентів;
- сильний вплив політичних змін тощо.

Будь-яка помилка може привести до великих втрат. Тому конкурентна розвідка є надзвичайно важливим фактором розвитку бізнесу.

У сучасній «концепції конкурентної розвідки» як інструменту досягнення конкурентних переваг використовується модель «п'яти сил» М. Портера, які керують конкуренцією в галузі і характеризують стан конкурентного середовища. Ця модель також може використовуватися для виявлення потенційних загроз, які можуть вплинути на діяльність підприємства [6].

Інформація для аналізу зовнішніх та внутрішніх умов ринку може бути отримана з офіційних, відкритих джерел, засобів масової інформації (ЗМІ), оголошень, реклами, фірмових, банківських, урядових звітів, баз даних, від експертів шляхом аналізу або спеціальної обробки даних, текстів. Наведемо перелік видів інформаційних джерел, які найчастіше використовуються при конкурентній розвідці [7]:

- прес-релізи компаній, офіційні заяви від імені компаній про нові технології, нові напрямки, угоди, перспективи;
- інтерв'ю співробітників компаній, відповідні матеріали в ЗМІ;
- активність компанії на ринку злиття та поглинання;
- вакансії компанії, повідомлення про активний пошук співробітників;
- курси підвищення кваліфікації, навчання персоналу;
- участь в заходах (виставки, конференції, круглі столи, презентації) тощо.

Діяльність конкурентної розвідки заснована на використанні тільки легітимних джерел інформації, яких цілком достатньо для прийняття управлінських рішень в сфері бізнесу. Для конкурентної розвідки основними джерелами інформації служать Інтернет, преса, а також відкриті бази даних. Дуже популярні серед фахівців з конкурентної розвідки бази даних державних і статистичних органів, торгово-промислових палат, органів приватизації тощо. Велику користь приносять і окремі доступні бази даних інших органів влади. Останнім часом стали більш популярними бази даних на основі архівів ЗМІ.

Вагомою проблемою у процесі застосування конкурентної розвідки стає спокуса отримати конфіденційну інформацію. Тому складність роботи з джерелами інформації полягає у створенні та налаштуванні комплексу надійних і достовірних джерел-каналів, а також в їх професійній обробці. Результати конкурентної розвідки мають особливу цінність, а тому потребують обмеження доступу. Конфіденційність результатів може визначатись керівництвом і обумовлена потребами та цілями підприємства. Тому в одних установах подібна інформація може бути надана у користування будь-яким працівникам, в інших – бути доступною лише керівникові.

Оскільки конкурентна розвідка виконує стратегічну, а не тактичну функцію, вона повинна знаходитися на найвищому рівні в ієрархії компанії, підпорядковуючись безпосередньо вищому керівникові. Конкурентна розвідка повинна бути цілком незалежна від структур компанії, що розробляють стратегії, щоб не «загрузнути» у бізнес-планах і не перестати виконувати свою стратегічну функцію □ збір інформації про ринки, конкурентів і партнерів.

Необхідність здійснення конкурентної розвідки полягає в тому, що перевірка інформації має бути завжди і всюди. Основні переваги використання конкурентної розвідки в бізнесі зображено на рис. 1.

Отже, основною рушійною силою конкурентної розвідки в ринковому суспільстві завжди була й залишається конкуренція. Сучасний світ характеризується безмежними обсягами і набуттям значимості інформації. Організації не можуть ефективно діяти в умовах гострої конкурентної боротьби без глибокого і всебічного розуміння ринкового середовища.

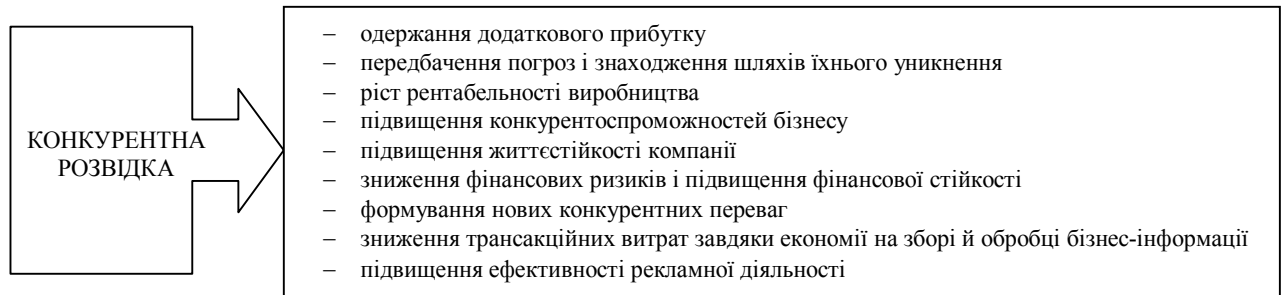


Рисунок 1 – Основні переваги використання конкурентної розвідки в бізнесі

Сучасні технології, всеохоплююча мережа ЗМІ і специфіка бізнесу зумовлюють дев'яностовідсоткову відкритість інформації. Це один із багатьох доказів дієвості конкурентної розвідки. В умовах кризи, а отже послаблення конкурентів, організована на підприємстві конкурентна розвідка стає інструментом виживання, засобом перемоги, стратегічною альтернативою і ефективним інструментом ведення бізнесу. Тому розвідувальна діяльність повинна бути складовою частиною комерційної діяльності організації. Сьогодні конкурентна розвідка □ це не модна забаганка і не спроба компаній показати свою солідність. Конкурентна розвідка □ це аналітичний інструмент, без застосування якого вже найближчим часом буде неможливо досягти успіхів у бізнесі.

Література:

1. Калмиков Л.А., Коханова Л.А. / Л.А. Калмиков, Л.А. Коханова Інтернет–журналістика. – М.: ЮНІТІ–ДАНА, 2005. – 383 с.
2. Новикова О.Ф. Економічна безпека: концептуальне визначення та механізм забезпечення. / О.Ф.Новикова, Р.В. Покотоленко; наук. ред. О.І. Амоша. – Донецьк : НАН України, Ін–текономікипром–сті, 2006. – 407 с.
3. Андрощук Г.А. Економічна безпека підприємства: захист комерційної таємниці: монографія / Г.А. Андрощук, П.П. Крайнев; під ред. А.Д.Святоцького. – К. : ВД «Ін Юре», 2000. – 400 с.
4. Miller J. Millenium Intelligence; Understanding and Conducting Competative Intelligence in the Digital Age, Business Intelligence / J.Miller. – Braintrust, 2000. – 312 с.
5. А.І. Доронін Бізнес–розвідка / А.І. Доронін. –М.: Ось–89, 2014. – 281 с.
6. Портер М. Конкурентні сили і формування стратегії. Як досягти високого результату і забезпечити його стійкість / М.Портер □ М.: Альпіна Бізнес Бук, 2005 □ 608 с.
7. Нежданов І. Технології розвідки для бузнесу / І. Нежданов. – М.: Ось–89, 2009 – 400 с.

ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ І ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

А.В. Величко, студентка
Національний авіаційний університет
м. Київ

В сучасних умовах господарювання прийняття управлінських рішень є найголовнішим процесом в управлінні підприємством, а рішення, відповідно, є основним результатом усієї системи управління загалом. Для більш точної оцінки результату топ–менеджменту підприємства слід систематизувати управлінську інформацію під якою можна розуміти певну сукупність знань, що виражається у корисності для кола осіб, які беруть безпосередню участь у прийнятті управлінських рішень.

Управлінська інформація служить, щоб допомогти керівництву приймати зважені рішення, тобто призначена, як інформативна підтримка у прийнятті рішень. Звіти, що подаються нижчим керівництвом вищому керівництву не містять готових управлінських рішень, а саме рішення приймається топ–менеджментом. Тому, вчасно проінформовані керівники є гарантом у прийнятті обґрунтованих управлінських рішень.

Управлінська інформація, як правило, базується на кількісних оцінках, але важливо при прийнятті управлінських рішень враховувати і якісні чинники, що є не менш впливовими на результат.