

Отже, процес підбору та адаптації персоналу є запорукою майбутньої роботи компанії. Від цього процесу може залежати майбутній розвиток або падіння компанії на ринку, тому що результат роботи визначають люди, які працюють на конкретному підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Управління персоналом. Підручник.– К.: Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
2. Виноградський М.Д. Управління персоналом.: навч. посібник / Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова А.М. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 502 с.
3. Колот А.М., Цимбалюк С.О. Мотивація персоналу.– К.: КНЕУ, 2011. – 397 с.

Цюкало А.В.

студентка,

Науковий керівник: Петруня Ю.Е.

доктор економічних наук, професор,

Університет митної справи та фінансів

ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВІРТУАЛЬНИМ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Швидкі темпи економічних змін, стрімкий розвиток інформаційних технологій і мережевих способів роботи, прискорення інформаційних і комунікаційних потоків, ускладненням бізнесу та всеосяжна глобалізація сприяють переходу у нову інформаційну еру бізнесу – так званих віртуальних організацій. В цих умовах поступово здійснюється трансформація компаній від тих, що базуються на раціональній організації, до тих, які базуються на знаннях та інформації. Такі бізнес-структури за рахунок більш високої гнучкості можуть швидко адаптуватися до динамічних ринкових змін і трансформуватися в нові структури, формуючи при цьому той рівень компетенції, який необхідний для організації виробництва і надання послуг в залежності від потреб ринку, при критично низьких витратах з точки зору традиційного бізнесу.

Спираючись на дослідження Маргарет Р. Лі, яка проаналізувала можливості використання існуючих теорій лідерства для електронного керівництва, що ведуть до вдосконалення віртуальних комунікацій проекту [1, с. 466], можна зробити висновок, що психічна відстань може позитивно впливати на продуктивність у віртуальному колективі [2, с. 283-306]. Емпіричні дослідження Брама та Кунце передбачають, що менеджери повинні робити наголос на розвитку командної довіри на ранніх стадіях співробітництва у віртуальній команді, аби досягти високих результатів продуктивності [3, с. 595-614].

На підставі зробленого аналізу наукової літератури і узагальнюючи опис віртуальної організації, що надається різними авторами, термін віртуальна організація можна подати у вигляді чітко сформульованої наукової думки, а

саме: віртуальна організація являє собою мережу незалежних фірм, які поєднані між собою, інколи тимчасово, з метою виготовлення продуктів чи послуг. Завдяки тому, що така мережа створюється у віртуальному просторі шляхом інформаційно-комунікаційної інтеграції ресурсів і компетенцій партнерів, такі організаційні структури нерідко називають квазіпідприємствами [4, с. 205-209].

Головна стратегія віртуальної організації пов'язана з орієнтацією на замовника, оскільки її основні характеристики – швидкість виконання замовлення та повнота задоволення вимог клієнта. Віртуальні корпорації є більш проникними порівняно з традиційними організаційними формами. Інтерфейси у віртуальній організації між компанією, постачальниками та клієнтами постійно змінюються, що призводить до розмивання традиційних функцій.

Специфічні риси і особливості діяльності віртуальних організацій в сучасних умовах інформаційно-орієнтованої економіки дозволяють отримати синергетичний ефект який можна описати трьома змінними: збільшення прибутку в грошовому вираженні, зниження оперативних витрат і зниження потреби в інвестиціях.

Появу віртуальних підприємств можна розглядати як ще один крок в процесі інтеграції систем. Як приклад, давайте розглянемо контекст промислових підприємств (рис. 1):

- елементарний рівень – основні ресурси (роботи, верстати з ЧПУ, стрічкові конвеєри і т. д.) та їх локальні контролери повинні бути інтегровані для того, щоб побудувати осередок, присвячений специфічним функціям або наборам функцій (збірка, фарбування, огляд і т. д.);

- рівень цеху – різні елементи, транспортні підсистеми та склади об'єднані в рамках однієї системи виробництва;

- рівень внутрішньогалузевого підприємства (інтра-підприємства) – мета полягає в тому, щоб інтегрувати всі сфери діяльності підприємства, в тому числі не тільки в цеху, але і в інших відомствах (наприклад маркетинг, планування, проектування, і т. д.), та їх взаємодії;

- рівень зв'язку між підприємствами (інтер-підприємства) – передбачається співпраця між різними підприємствами. В мережі співпрацюють підприємства (віртуальні підприємства), кожен вузол яких вносить деяке значення в ланцюжок створення вартості. Матеріалізація цієї парадигми вимагає визначення еталонної архітектури процесу співпраці і розвитку інфраструктури підтримки, в тому числі сервісів для обміну інформацією, спілкування і співробітництво [5, с. 18-22].

Найголовнішим елементом, який повинен бути присутній у діяльності віртуальних організацій – довіра (рис. 2). Ефективність управління опосередковується саме на довірчих відносинах між покупцями та постачальниками продукції та послуг, тому компанія повинна акцентувати увагу на цьому аспекті. Крім того наявність наочного контакту всередині віртуалізованої групи позитивно впливає на загальний рівень продуктивності співробітників.



Рис. 1. Рівні інтеграції у виробничих підприємствах



Рис. 2. Основа для ефективного функціонування віртуальних організацій

Для того щоб управлінець міг попередити або навіть уникнути певні проблеми при управлінні віртуальною організацією, йому слід максимально точно проаналізувати діяльність своєї компанії, навколишнього середовища та усіх можливих факторів, які мають пряму чи опосередковану дію. На рис. 3. відтворено чинники, які призводять до ефективної діяльності та на які управлінець мусить в першу чергу звернути увагу.

Таким чином, можна констатувати, що до управління персоналом у віртуальних організаціях спостерігається брак уваги наукових досліджень стосовно найпоширеніших проблем у цій системі. Дане питання аналізується, як правило, з точки зору традиційного підприємства де працівник має своє конкретне робоче місце, тому фрагментальність досліджень цієї сфери створюють моделі, які не завжди відповідають вимогам ринків на сьогоднішній день.



Рис . 3. Модель управління

Джерело: [7, с. 20]

Список використаних джерел:

1. Маргарет Р. Лі. Ведучий проект віртуальної команди: Адаптація теорій лідерства та комунікаційних методів для організацій 21-го століття 1-й вид. Boca Raton: CRC Press, 2013. 217 с. ISBN 978-1-466-57688-9, с. 466.
2. Магнусон П., Шустер А., Процес, заснований на поясненні парадоксу психічної відстані: Дані з глобальних віртуальних команд. Управління міжнародного огляду. 2014, Vol. 54, Iss. 3. ISSN 0938-8249, с. 283-306.
3. Брам Т., Кунце Ф. Роль довірчого клімату у віртуальних командах. Журнал управлінської психології. 2012, Vol. 27, Iss. 6. ISSN 0268-3946. DOI: 10.1108/02683941211252446 с. 595-614.
4. Бойченко К. С. Віртуальне підприємство як фактор підвищення результативності бізнес– проектування / К. С. Бойченко // Проблеми економіки. – 2013. – № 1. – С. 205-209.
5. Дюк С. (2001) Важливе значення зв'язку із засобами масової інформації, але без заміни особистого спілкування. Зв'язки з громадськістю Quarterly, 46 (4), с. 19-22.