

МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ТА АДАПТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ФІРМОЮ В ІНФОРМАЦІЙНУ ЕПОХУ

Черленяк І. І.

Доктор наук з державного управління., завідувач кафедри міжнародного бізнесу, логістики та менеджменту Державного вищого навчального закладу «Ужгородський державний університет».

Федурця В. П.

Кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного бізнесу, логістики та менеджменту Державного вищого навчального закладу «Ужгородський державний університет».

Анотація. В статті розглянуто проблему розробки та обґрунтування конструктивних елементів нових організаційних технологій та систем управління фірмою в умовах глобалізації, інформаційної епохи та наступу в міжнародному бізнесі сектору «економіки знань». Показано, що з точки зору здатності фірми до самоорганізації ці нові конструктивні елементи можна класифікувати наступним чином: культура організації, інтелект організації, свідомість організації, організаційна свідомість. Доводиться, що організаційна свідомість є накладанням основ індивідуальної культури та організаційної культури в певному субколективному «Я». Показано, що організаційна свідомість – це той рівень, де об'єднується теологічна та екологічна установка суміщення індивідуального та колективного як особливої форми смислового емоційно-раціонального впорядкування цілей фірми.

Доведено, що свідомість організації матеріально реалізується в особливому виді – у мережі комунікацій учасників та пов'язаних з ними процесів модифікації мотивацій та потреб і можливостей фірми.

Встановлено, що з метою оптимізації організаційних систем фірми необхідно вміти виділяти та аналізувати характеристики організаційної свідомості: суб'єктність, інтенціональність, модальність. Вирішення задач адаптації фірми в період наступу економіки знань до змінних умов зовнішнього середовища у самостійної, в межах раціонального вибору, організації повинно вирішуватися на основі інтелектуальних здібностей та інтелектуальних засобів та технологій.

Повний комплекс умов самозабезпечення життєдіяльності фірми-організаційної системи виникає при створенні нею власних продуктивних сил, при формуванні власного інтелекту, при забезпеченні когнітивної спроможності.

Оптимізацією в такому фокусі є якраз здатність використати умову «надлишковості» свідомості над буденно-необхідним рівнем функціональності для її розширення та поглиблення. Це є сьогодні обов'язковою передумовою успіху в конкурентній боротьбі на рівні викликів сучасного міжнародного бізнесу, нової економіки знань та інформаційної епохи.

Ключові слова: економіка знань, інформаційна епоха, фірма, організаційна свідомість, організаційна культура.

Постановка проблеми. Кінець ХХ – початок ХХІ століття став періодом трансформації базисних макроекономічних та соціологічних уявлень про працю, організацію праці, організацію бізнесу, підприємницький талант, капітал. В нових економічних умовах в розвинутих країнах з ринковим типом регулювання знання починають ставати основною компонентою капіталу, головним фактором виробництва. Україна, як транзитна постсоці-

лістична країна, перебуває в зоні господарювання, що сформована з кількох хаотично накладених одне на одне фаз цивілізаційного, економічного, господарського та технологічного розвитку. Становленню нового рівня економіки в Україні прешкоджає ціла сукупність явних та малопомітних бар'єрів. Одним із таких бар'єрів неадекватне новим вимогам господарювання уявлення і влади і самих акторів бізнесу про основний суб'єкт української економіки – фірму.

Мета статті – розробка та обґрунтування конструктивних елементів нових організаційних технологій, що здатні сприяти формуванню ефективної системи управління фірмою в умовах інформаційної епохи.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми організації фірми та управлінню нею присвячені праці Коуза, П. Друкера, Г. Мінцберга, І. Ансоффа, Г. Штайнера, З. Є. Шершньової. Представляє інтерес модель управління фірмою І. Ансоффа, що передбачає використання формалізованих цілей на відміну від нечітко виражених цінностей керівництва, введення зворотного зв'язку та спроби довести процес формування організації фірми до формалізованої блок-схеми. Велику увагу І. Ансофф приділяє концепції синергізму та розробленню практичної системи цілей [1]. У моделі Г. Штайнера поєднуються вищенаведені моделі і вказується чіткий і однозначний зв'язок організації фірми та організації праці [16]. Аспекти технології формування ефективних систем управління фірмою досліджується у працях таких вітчизняних вчених: М. В. Макаренко, П. П. Маслянюк, О. С. Майстренко, В. І. Невмержицького, А. В. Дерезюка, І. В. Дерев'янюк, І. І. Новаківського.

Невирішені питання загальної проблеми. В розвинутих країнах стрімко здійснюється перехід до інноваційної моделі економічного росту. Розпочинається рух від економіки робочої сили до економіки сили мозку. Тому сучасну економіку розвинутих країн із ринковим господарством часто класифікують як нову економіку – економіку знань. Одночасно економістами і соціологами використовується також інша класифікаційна характеристика сучасної соціально-економічної реальності: інформаційне суспільство.

Транзитивні постсоціалістичні економіки та економіки країн, що розвиваються не володіють ще достатнім економічним та технологічним потенціалом для того щоб стати повноправними ефективними суб'єктами економіки знань. Тому вони живуть ніби в дещо іншому економічному світі.

Економічний парадокс поточного етапу розвитку сучасного українського бізнесу та еволюції його головних суб'єктів – фірм у тому, що незважаючи на їх неспроможність поки що бути акторами міжнародного бізнесу в сфері економіки знань, вони все ж є реципієнтами економіки інформаційного суспільства. Це формує ряд нових проблем та завдань для основного суб'єктного рівня українського міжнародного бізнесу – фірм України, що долають бар'єри зовнішніх ринків або протистоять товарній експансії закордонних фірм на вітчизняних ринках.

Основні результати дослідження. Більшість дослідників феномену економіки знань виділяють такі основні структурні характеристики її функціонування. У першу чергу – це висока частка «інтелектуальних працівників». По-друге, це висока у порівнянні з іншими країнами (понад 10% внутрішнього валового продукту – ВВП) і постійно зростаюча частка витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки (НДДКР), а також на освіту та перепідготовку кадрів у загальних витратах держави і приватних фірм. (США витрачають на НДДКР близько 40% загальносвітових витрат [4; 12]). Третя структурна характеристика – висока частка доданої вартості, створюваної високотехнологічними галузями економіки і сектором інтелектуальних послуг у ВВП країни. Сюди ж

можна віднести і високу частку (на рівні 70-80%) накопиченого нематеріального капіталу в загальному накопиченому капіталі. Даний процес почав наростати з 1980-х рр. Розрив міжринковою ціною компанії та ціною заміщення її реальних активів отримали назву «невидимі активи», «інтелектуальний капітал», «знання компанії». Коефіцієнт Тобіна, що визначається як відношення ринкової ціни компанії до ціни заміщення її реальних активів, у «знанневих» компаній більше одиниці, у традиційних – менше. Середня частка вартості інтелектуального капіталу у вартості бізнесу багатьох провідних країнах західних компаній сьогодні вже становить від 65% до 90% [2].

Але в вимірі міжнародного бізнесу це дійсно «нова економіка», чи це тільки новий сегмент економіки? І скільки капіталу обертається в цьому новому сегменті? Яка прибутковість інвестицій та яка норма прибутку на вкладений капітал? Які характеристики повинні мати українські фірми, щоб адаптуватися до умов нової економіки? Ці питання взаємозв'язані, однак відповіді на них зовсім неочевидні.

Пояснюється це тим, що сучасна світова економіка та міжнародний бізнес, незважаючи на суттєві риси глобалізації світового господарського життя, є по географії неоднорідними, відмінними відповідно до відмінності рівнів економічного розвитку країн. Сьогодні за класифікаційними ознаками розрізняють навіть певні класи країн (та їх економік), між яким є не просто суттєві відмінності, а навіть певні «класові» бар'єри. Відмічається, що перейти з одного класу в інший є надважким політичним, соціальним, економічним та технологічним завданням [13].

Одна із найбільш важливих базкласифікації економік та країн прив'язана до рівня прогресу економіки та технологій, який найчастіше називають рівнем модерніті. Цей рівень супроводжується, як правило, і відповідним рівнем демократичних свобод та соціального захисту. Разом з тим, він характеризується певною країною композицією технологічних укладів. А кожному технологічному укладу відповідає і певний діловий сегмент національній економіці. Ретроспективно можна зауважити, що «видобувна» та аграрна сировина була основним ресурсом доіндустріального суспільства, капітал – індустріального, – а постіндустріальне суспільство має принципово новий основний ресурс – інформацію і знання, а зрештою – інтелект людини [11, с. 367]. Продукт постіндустріальної економіки – це ідея, тобто «прямий» продукт інтелекту. Раніше також генерувалися і впроваджувалися нові ідеї. Але при колишніх технологіях це було дуже трудомістким заняттям, яке вимагало багато грошей та часу, а тому «ідеями» займалися мало персон. Насамперед, виділені персони – це «уповноважені» монархами, а в наступні історичні періоди – наділені державою персони правом доступу до ресурсів. Бізнес, як правило, лише користувався цими фундаментальними напрацюваннями. В основному жусі намагалися тільки запозичувати та копіювати чужі ідеї та розробки.

На рубежі 20-21 століть почали з'являтися та розповсюджуватися технології, які в великому обсязі та в короткі терміни дозволяють масово продукувати нові ідеї «економічного значення» та при відповідній базі підтримки швидко впроваджувати їх в бізнес. Поява нових наукових та прикладних інженерних технологій дозволили поставити генерацію та впровадження нових ідей на такий циклічний потік, що швидко дає прибуток насамперед саме творцям – розробникам ідеї. Саме це створило новий окремий сектор економіки. Спочатку цей сектор економіки був дуже слабкий, але потім почав займати все більш і більш сильні позиції, поки, нарешті, значення цього сектора не досягло критичної маси і він не почав підминати під себе інші сектори. Йдеться про 2008 рік, коли відбулася подія, яка стала відомою як світова фінансово-економічна криза. Саме у 2008 році представники нової економіки критично сфокусували на себе фінансову владу і напра-

вили гроші в постіндустріальний рівень економіки, вилучивши цим фактично гроші із інших секторів та створивши в них проблеми відтворення капіталу. Кількість грошей у світовій економіці не зменшилася, вони просто були направлені туди, куди визначили нові фінансово-промислові групи, яким не цікаві минулі технологічні рівні економіки, оскільки вони для них стали малоприбутковими. А сьогодні вже нові капіталісти «бізнесу знань» намагаються перетворити традиційні сектори економіки в малоприбуткову інфраструктуру для нової економіки. Це стосується значною мірою і українських фірм, що «співпрацюють» зі сферою міжнародного бізнесу.

Постіндустріальна економіка, як і будь-яка інша вимагає сировину та ресурси. На зміну аграрно-індустріальним ресурсам як рушійним силам економічного росту тут приходить гуманітарний ресурс. В економіці знань дуальною «сировиною» є люди, тому що саме в людей і через людей впроваджуються нові ідеї, і саме з людей «створюються» споживачі. Розвиток постіндустріальної економіки призведе до того, що найбільшою цінністю стануть саме кваліфіковані персони яких фірмам доведеться берегти, «купувати», виховувати щоб не програти конкурентну боротьбу. Поступово боротися будуть вже не за ринки збуту, не за джерела цінних природних ресурсів, а за кваліфікованих осіб. Створення найкращих умов для «цінних» людей певними фірмами та країнами і буде новим способом конкурентної боротьби і між фірмами і між країнами. Адже коли населення в якійсь країні погано живе, воно прямуватиме туди, де йому буде краще. Затаких умов живуть лише ті фірми і країни, які навчаються створювати продукт постіндустріальної економіки. Перебудуватися зможуть лише ті фірми і держави, які освоюють технології, за допомогою яких можна буде створювати і просувати основний продукт нового рівня економіки – ідеї та технології їх впровадження. Швидкість переходу фірми на новий рівень – ось що тут найголовніше. Хто перший перебудується, той перший і отримає клієнтів. Відстаючим фірмам клієнтів може вже й не вистачити.

Основним моментом економіки знань є перехід конкуренції між фірмами, з одного боку, в надсистему – на рівень міжнародного бізнесу, а з іншого, в підсистему – на рівень окремої працюючої у фірмі персони. Сьогодні конкуренція стає багаторівневою, проникаючи, в тому числі, і у внутрішнє середовище фірми, а фірма повинна бути конкурентоспроможною на кожному рівні як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. У зовнішньому середовищі зростає роль взаємодії компанії зі своїми партнерами в рамках мереж, які стають найважливішими економічними суб'єктами нової економіки (на відміну від корпорацій в індустріальній економіці). У внутрішньому середовищі все більш важливий вплив на конкурентоспроможність фірми надають її співробітники, а також механізми реалізації обміну знаннями між ними і вироблення колективних рішень.

Сучасна фірма має кілька профілів своєї складності. Найчастіше практики бізнесу (топ-менеджери фірм) звертають увагу на технологічний профіль фірми. Проте відбулися зміни і в організаційному профілі функціонування та розвитку фірми. Фірма це вже не тільки сукупність контрактів [3], не тільки ключові компетенції, не тільки сучасні технологічні ланцюки виробництва та збуту [14]. Сучасна фірма має сьогодні значну різноманітність в масштабах (корпорації, концерни, мультинаціональні корпорації, транснаціональні корпорації, глобальні корпорації). Часті зміни, перетворення і ризики в сучасній соціально-економічній системі вимагають від її елементів постійного моніторингу зовнішнього і внутрішнього економічного, технічного, інформаційного та соціального просторів для безперервного налаштування чи перелаштування з метою досягнення стратегічних цілей – принаймні фінансово-економічного або соціального характеру. Соціально-економічні системи перебувають сьогодні у фазі переходу до нових бізнес-моделей

існування і розвитку у зв'язку з впровадженням та поширенням нових засобів реалізації процесів виробництва та надання послуг, зокрема інформаційних і комунікаційних технологій і систем.

Тому сучасна фірма вже не просто багатопрофільна організація, а складна ієрархічна організаційна система. Сьогодні важливим питанням міжнародного бізнесу є наступне питання: які компоненти, властивості та комплекси є найбільш значимими для успіху фірми будь-якого масштабу?

При пошуку відповідей ми виходимо із тієї гіпотези, що відповідно до складності нових завдань, сформованих викликами економіки знань, фірма повинна нарощувати складність власних організаційних рівнів. Причому таким чином, коли незважаючи на різноманітність явища, паттерном стійкості «фірми» та генератором її успіху конкурентній боротьбі стає відповідність ієрархічних рівнів складності організаційної системи фірми її економічному, бізнесовому та соціально-економічному призначенню.

В умовах міжнародного бізнесу економіки знань необхідно розрізняти організаційну систему фірми як самоорганізаційне явище та організаційну систему управління фірмою. Організаційна система управління фірмою – це складна система (система систем: system of systems), яка є підсистемою соціально-економічної надсистеми. Вони складаються із взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних та виробничих підсистем. Ці підсистеми організаційної системи надзвичайно різні. Так, наприклад, структура безпосередньо виробничої підсистеми може бути описана математично-економічною моделлю. Сукупність підсистем взаємодії рівнів внутрішньої організації відображається класом пакетів діаграм для інформаційно-комунікаційних підсистем. Динаміка існування і діяльності підсистем розвитку фірми різна: від надзвичайно швидкої у фінансово-інвестиційній діяльності до повільної в правовій та законодавчій діяльності. Тим не менше, синергія сукупності необхідних і достатніх підсистем (виробничих, управлінських, інформаційних та гуманітарних) реалізує організаційну систему фірми.

Якою повинна бути гармонійна із місією, цілями, завданнями та масштабом організаційна система фірми? Узагальнюючи, можна сказати, що суть організації фірми полягає в аналізі відповідності внутрішніх сил організації та зовнішніх конкурентних сил, а також пошук шляхів залучення «зовнішніх» джерел можливостей з урахуванням специфіки організації. У сучасному періоді основним джерелом прогресу є вже не взаємодія людини й природи, а внутрішній розвиток особистості, її можливість самовдосконалюватися, генерувати знання, здатні змінити вже не тільки оточуючий світ, а й людей [6, с. 13-14]. Накопичення багатства у постіндустріальному суспільстві залежить від нематеріальних активів (досвіду, ноу-хау, знань).

Споживання все більшої кількості благ трансформується у продовження їх виробництва. Виробництво з масового перетворюється на масово-індивідуальне, зорієнтоване на потреби певного споживача. Ідеї, підказані споживачами, а також інформація й технології, стають частиною продукції, збільшується вміст знань в товарах і послугах [6, с. 28].

В сучасній фірмі праця повинна передбачати певний рівень творчості, мати осмислений характер, обумовлюватися внутрішнім просвітлюючим мотивом. Ключовими фігурами в новій економіці стають творці знань і ті, хто опрацьовує інформацію. Їх виробничий внесок – найцінніший для фірми, економіки. Однак, інновації можуть бути реалізовані тільки у системі, що складається з управління підприємством, опрацювання знань й інформації та виробництва товарів і послуг. Тому вищезгадана категорія інформаційних виробників охоплює менеджерів, фахівців і техніків, які утворюють «колективного працівника» під час кооперації окремих індивідів [6, с. 29].

Носії праці, що самоорганізовано «перепрограмуються», є базовою компонентою й інтелектуального капіталу фірми, і людського капіталу. Людський капітал є підмножиною інтелектуального капіталу. Вартість сучасних компаній визначається, в основному, наявністю у них інтелектуального капіталу та інформації. Причому, іде мова про інформацію всіх видів: науково-технічну, економічну, фінансову, звітну, статистичну та духовну. Інформація виступає посередником і сполучною ланкою між усіма факторами виробництва. Міняється зовнішнє середовище функціонування фірми – коеволюційно міняється внутрішньо-організаційне середовище фірми. Фірми постають складними організаційними системами.

Артикулюємо, що сучасні фірми-організаційні системи мають свої особливості в порівнянні із традиційними фірмами-організаціями індустріальної економіки. В першу чергу такий стан формується внаслідок відсутності різко домінуючого рівня, що прямо визначає обов'язкову для досягнення всіма складовими фірми єдину мету та обов'язкові цілі їх тактичного та стратегічного управління. Фірма-організаційна система об'єднуються швидше не метою-дією, а метою-цінністю. В структурному вимірі фірма-організаційна система може розглядатися як сукупність організацій-структур та сукупність резервуарів їх спільних ресурсів. В діяльнісному вимірі фірма-організаційна система – це сукупність процесів, дій, зв'язків та взаємодій (кооперації, конкуренції, координації) структур між собою та із зовнішнім середовищем для досягнення цілей окремих структур та координованих загальних цілей. В функціональному вимірі фірма-організаційна система – це сукупність розподілів функціональних зон. Фірма-організаційна система в кожен момент часу існує в формі певного зразка набору розподілів структурного, діяльнісного та функціонального вимірів. Оскільки згадані зразки формуються діями людей та діями обставин, то доцільно говорити про зразки-моделі фірми-організаційної системи. Чим більше можливостей та варіацій формування конфігурацій, тим більш важливою та цікавою стає задача оптимізації.

Знову наголосимо, що межа між організацією та організаційною системою є відносною, оскільки залежить від контексту проблеми яка наразі вирішується. Основною особливістю організаційної системи є можливість легального, формально можливого (передбаченого правилами існування системи) конфлікту між складовими організаційної системи. Звідси – існування та безперервне відтворення протиборства (конкуренції) та необхідність враховувати стратегії протиборства, конкуренції та утворення коаліцій між різними частинами організаційної системи при формуванні спільних цілей та глобальної стратегії організаційної системи.

Феномен організації фірми потрібно досліджувати (розглядати) з різних позицій. Зокрема, розглядати та вивчати організацію в контексті самоорганізації. Адже організація як феномен, як механізм впорядкування, зрештою, як технологія, еволюціонує на все ширшій базі організаційного досвіду. При цьому кожен крок розвитку додає «дольку» самоорганізації. Перефразовуючи відомий вислів, можна стверджувати, що організації діють у відповідності до того, якими вони є і міняються відповідно до того, як вони діють. Виникає і новий зміст самоорганізації позитивних змін, який визначається та формується тими умовами, в якому середовищі відбувається діяльність організації, якими є цілі організації, які мотивації формують цілі.

З точки зору здатності фірми до самоорганізації їх можна класифікувати наступним чином: культура організації, інтелект організації, свідомість організації, організаційна свідомість. Межа між даними феноменами є ситуаційною. Колективні характеристики організацій взаємодіють із минулими, теперішнім та майбутніми станами зовнішнього середовища, формують властивості та можливості організаційної системи. Таким чином

кількість параметрів, які задають найважливіші колективні властивості організації збільшується.

Зі вказаних вище понять в літературі найбільш розробленим є поняття організаційної культури організацій [15]. Це поняття, ця концепція виникла поступово. В міру ускладнення організацій, ускладнення поведінки та стосунків в самих організаціях, за рахунок «цілеспрямованого» дослідження усіх тих управлінських характеристик та феноменів як факторів змін компоненти організаційної культури почали рефлексивно впливати на формування характеристик успішних організацій. Зміни, що спочатку були невиразними та розрізненими, а потім впорядкувалися в певний процес ефективного підсилення, суміщення та об'єднання прийомів організації та стилів поведінки, які трансформувалися в прийоми формування відношення індивідів до цінностей організації. Це стимулювало успішні організації (в першу чергу їх керівників або власників) і далі аналізувати та вдосконалювати досвід створення того феномену, який отримав назву «організаційна культура».

Організаційна культура визначається сукупністю властивих тільки їй факторів: філософії, цінностей, понять, очікувань, поглядів, норм побудови організації і включає такі складові: регулятори поведінки (організаційні ритуали, церемонії, мова); панівні внутрішні організаційні цінності (які поділяє більшість членів організації); специфічна філософія, що обумовлює стосунки працівників і клієнтів; неписані правила встановлення взаємин між членами організації; імідж організації, що формується поведінкою працівників у зовнішньому середовищі.

У кожній організації існує своя особлива організаційна культура. Великі підприємства (організаційні системи) часто є поєднанням організаційних культур різних типів, які можуть проявлятися в різних сферах діяльності. Керівники та менеджери, відповідно до їх освіти, культури, характеру, темпераменту надають перевагу різним типам організаційних культур. Вибір критеріїв оптимальності умов існування організації, планів розвитку організації, способу використання персоналу, ставлення до ресурсів або навколишнього природного середовища визначається саме організаційною культурою. Вона звичайно кореспондується із внутрішньою духовною культурою персоналу організації, в першу чергу її керівного складу, але в кінцевому рахунку, рішення приймаються, затверджуються та реалізуються саме на організаційному рівні, де вирішальне значення має організаційна культура.

На основі раціонального сприйняття організаційної культури та на основі позараціонального сприйняття емоційних та інтуїтивних підсвідомих чинників учасниками психоенергетичного «общинного» зв'язку в фірмі (між акторами та між рівнями організації фірми) виникає новий самоорганізаційний феномен колективного впорядкування – «організаційна свідомість».

Під організаційною свідомістю будемо розуміти здатність членів організації (в першу чергу керівництва) сприймати та уявляти себе та організацію як смислову цільність, сприймати цілісно цінності, цілі, засоби, дії, плани та перспективи, персонал в цілому, інтереси персоналу та організації в цілому та трансформувати їх рефлексивно і референтно до індивідуальних цілей. Тобто, здатність створювати впорядковані групи правил поведінки та правил реакцій на загрози, виклики та стимули. Здатність, на основі сформованого таким чином досвіду створювати індивідуально-колективне уявлення про організацію та відповідно до цього уявлення забезпечувати канони колективної поведінки.

Власне організаційна свідомість є психологічне суміщення основ індивідуальної культури та організаційної культури в певному субколективному «Я». Таким чином організаційна свідомість – це той рівень, де об'єднується теологічна та екологічна установка

суміщення індивідуального та колективного як особливої форми смислового емоційно-раціонального впорядкування цілей та смислів елементів організації та системи-організації в цілому.

В деяких ситуаціях на основі організаційної свідомості може «розвитися» і такий феномен як «свідомість організації». Під свідомістю організації будемо розуміти рефлексію організаційної свідомості членів організації на певну інформаційно-емоційну сферу. Ця рефлексія матеріально починає існувати, закріплюється у колективному стані усвідомлення учасниками себе як вмотивованої спільними цілями та інтересами частини організації та, внаслідок цього, і на колективному рівні відбувається корегування дій, перспектив, стилю мислення, культури, поведінки та модифікації потреб організації. Свідомість організації матеріально реалізується в особливому виді – у мережі комунікацій учасників та пов'язаних з ними процесів модифікації мотивацій та потреб і можливостей.

Організаційна культура та організаційна свідомість суттєвим чином зв'язані. Організаційна свідомість має раціональну та емоційну складові структури. Вони функціонально розподілена між:

- 1) станами свідомості членів організації (як керівників так і виконавців усіх рівнів);
- 2) станами документування історії діяльності, якістю та гнучкістю регламентування поточної діяльності та програмуванням її перспектив;
- 3) проектами майбутнього організації та проектами її взаємодії із зовнішнім середовищем.

З метою оптимізації організаційних систем фірми необхідно вміти виділяти та аналізувати характеристики організаційної свідомості: суб'єктність, інтенціональність, модальність. Менеджерам (керівникам) фірми треба творчо враховувати для збереження умов розвитку потенції свідомості організації єдність структури досвіду свідомості, необхідну свободу свідомості як умову надлишковості свідомості та умову самопізнання та самовідтворення. Треба врахувати потребу забезпечення високого порядку саморефлексії та самореференції, структурованості свідомого досвіду застосування свідомості, взаємозв'язок свідомого та ментально-емоційного світів для циклічного відтворення організаційної свідомості. Суб'єктність означає, що кожна фірма якщо має, то має свій особливий тип організаційної свідомості, і тим більше, свій власний тип свідомості організації. Відсутність організаційної свідомості не означає, що організація негайно розпадається. Якщо зовнішні організаційні чинники утримують її структурну будову за рахунок прикладання достатніх зусиль, то структура може існувати до тих пір, поки внутрішні напруження, які намагаються розвалити організацію (організаційну систему) будуть менші як зовнішні чинники організаційного зв'язування. Такими зовнішніми чинниками можуть бути загрози та небезпеки, страх, економічні ризики т. п. Але без організаційної свідомості організація, яка повинна реагувати на виклики організованої складності нової економіки знань, є неефективною.

Інша важлива риса організаційної свідомості – спрямованість не тільки на внутрішні відносини та проблеми розподілу та забезпечення підрозділів та індивідів, але і здатність спрямовуватися свідомість на зовнішні фактори – можливість інтенціональності. Саме інтенціональність спонукає членів організації «колективно» пізнавати змінні умови зовнішнього світу та шукати шляхи розробки інволюцій та впровадження інновацій. Інтенціональність свідомості дозволяє розділяти джерела проблем організації на зовнішні та внутрішні. Саме взаємодія площин емерджентності свідомості організації, організаційної свідомості, організаційної культури, паттерну персональної дії, паттерну колективної дії, системи цілей, системи мотивацій та системи цінностей створює феномен

індукції самоорганізації в соціальній системі. Самоорганізація пов'язана за принципом розширення із таким явищем як «надлишковість свідомості».

Висновки. Вирішення задач адаптації фірми в період наступу економіки знань до змінних умов зовнішнього середовища у самостійної, в межах раціонального вибору, організації вирішується на основі інтелектуальних здібностей та інтелектуальних засобів та технологій. Так виникає питання взаємодії якостей інтелекту та якостей свідомості фірми в цілому та її працівників, менеджерів, власників, зокрем, на рівні організаційної поведінки.

Фірма, яку забезпечили ззовні ресурсами та програмою діяльності з відповідним набором інструкцій та відповідним персоналом, за навиками та знаннями має аналог (подобу) інтелекту, адже вона здатна вирішувати виробничі завдання. Але зміна цілей та зміна виробничої програми такої фірми утруднена без зовнішнього втручання.

Повний комплекс умов самозабезпечення життєдіяльності фірми-організаційної системи виникає при створенні цією системою власних продуктивних сил, при формуванні власного інтелекту, при забезпеченні когнітивної спроможності та виникненні власної організаційної свідомості за рахунок самоорганізаційної взаємодії між підсистемами. Оптимізацією в такому фокусі є якраз здатність використати умову «надлишковості» свідомості над буденно необхідним рівнем свідомості та інтелекту для розширення та поглиблення ступеня «надлишковості» як передумови успіху в конкурентній боротьбі на рівні викликів сучасного міжнародного бізнесу, нової економіки знань та інформаційної епохи.

Список використаної літератури

1. Ансофф И. Стратегическое управление/ пер. с англ. – СПб. : Питер Ком, 1999. – с. 36-45.
2. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: Ключ к успеху в новом тысячелетии. / Э. Брукинг. — СПб. и др. : Питер, 2001. – 859 с.
3. Коуз Р. Природа фірми: походження, еволюція і розвиток / Р. Коуз; за ред. О. Вільямсона, С. Вінтера; пер. з англ. А. Куликова. – К.: А.С.К., 2002. – 335с.
4. Крыштафович А. Становление экономики знаний: новая парадигма менеджмента / А. Крыштафович [Электронный документ]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/bv/parch/474/8.pdf>.
5. Макаренко М. В. Формування механізму управління ефективним функціонуванням підприємства / М. В. Макаренко // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 1. – С. 126-135.
6. Макарова М. В. Тенденції розвитку цифрової економіки: Монографія. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2004. – 236 с.
7. Маслянюк П. П., Майстренко О. С. Бізнес-інжиниринг організаційних систем / П. П. Маслянюк, О. С. Майстренко // Наукові вісті НТУУ «КПІ», Інформаційні технології, системний аналіз та керування. – 2011. – № 1, с. 69-78.
8. Мінцберг Г. Зліт і падіння стратегічного планування (Пер. з англ. – К. : Вид-во Олексія Капусти. – 2008. – 412 с.
9. Невмержицький В. І., Дерезюк А. В., Дерев'янюк І. В. Організаційні системи управління підприємства / В. І. Невмержицький, А. В. Дерезюк, І. В. Дерев'янюк // Економіка / 6. Маркетинг и менеджмент. – 2009.
10. Новаківський І. І. Інструментарій формування організаційних систем управління підприємств / І. І. Новаківський // Національний університет «Львівська політехніка», кафедра менеджменту організацій. – 2011.

11. Остапчук І. О. Аналіз моделей організації фірми / І. О. Остапчук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010, № 5 Т. 2, с. 213.
12. Godin B. Knowledge-Based Economy: Conceptual Framework or Buzzword? // Project on the History and Sociology of S&T Statistics: Working Paper, 2003. – No. 24. – P. 20.
13. Grosfoguel R. World-Systems Analysis in the Context of Transmodernity, Border Thinking, and Global Coloniality. Review (Fernand Braudel Center), 2006, Vol. 29, No. 2, p. 167-188.
14. Hamel G., Prahalad C.K. The Core Competence of the Corporation // Harvard Business Review. – Mai-june, 68 (3): 79-93. – 1990.
15. Schein E. Organisation Culture and Leadership / E. Schein. – San-Francisco, 1985.
16. Steiner G. F., Miner J. B. Management Policy and Strategic: Text, Readings and Cases.

INTERNATIONAL BUSINESS AND THE ADAPTIVE MANAGEMENT OF THE FIRM IN THE INFORMATION AGE

Cherlennyak I. I.

D.Sc. (Public Administration), Senior Researcher, Head of International Business, Logistics and Management Department, Uzhhorod National University, Ukraine.

Fedurtsia V. P.

PhD (Economics), Associate Professor of International Business, Logistics and Management Department Uzhhorod National University, Ukraine.

Abstract. *The article examines the problem of development and justification of the constructive elements of new organizational technologies and management systems at firm in the context of globalization, the information age and the beginning of the «knowledge economy» sector in the international business. It is shown that in terms of the firm's ability to self-organize these new constructive elements can be classified as follows: the culture of organization, the intelligence of organization, the consciousness of organization and organizational consciousness. The article proves that organizational consciousness is the laying of basis of individual culture and organizational culture in certain subcollective «I». It is also shown that organizational consciousness is the level where the theological and ecological setting is combined linking individual and collective as a form of semantic emotional and rational ordering of the firm's objectives.*

The article proves that the consciousness of organization are physically realized in certain form – in the network of participants' communication and related processes of motivation modification and firm's needs and capabilities.

It was established that in order to optimize the organizational systems of the firm the ability to should be able select and analyze the characteristics of organizational consciousness: subjectivity, intentionality, modality. The solution of problems of firm's adaptation during the beginning of knowledge economy period to changing environmental conditions in the individual, within a rational choice, organization must be decided on the basis of intellectual abilities, intellectual tools and technologies.

The full range of conditions for firm's self-sufficient life - organizational system occurs while creating its own productive forces, the formation of its own intelligence, providing cognitive ability.

In that the focus, optimization is just the ability to use the condition of «redundancy» consciousness to ordinary-level functionality necessary for its widening and deepening. Today, it is a prerequisite for success in the competition at the challenges of modern international business, new knowledge economy and the information age.

Key words: *knowledge economy, information age, firm, organizational consciousness, organizational culture.*

Referances

1. Ansoff Y. *Stratehicheskoe upravlenye/ per. s anhl.* – SPb. : Pyter Kom, 1999. s. 36-45.
2. Brukynh E. *Yntellektual'nyi kapytal: Klyuch k uspekhu v novom tysyacheletyy.* / E. Brukynh. — SPb. y dr. : Pyter, 2001. – 859 s.
3. Kouz R. *Pryroda firmy: pokhodzhennya, evolyutsiya i rozvytok* / R. Kouz; za red. O. Vil'yamsona, S. Vintera; per. z anhl. A. Kulykova. – K. : A.S.K., 2002. – 335 s.
4. Kryshhtafovych A. *Stanovlenye ekonomyky znanyu: novaya paradyhma menedzhmenta* / A. Kryshhtafovych [Elektronnyi dokument]. Rezhym dostupu: <http://www.nbrb.by/bv/narch/474/8.pdf>.
5. Makarenko M. V. *Formuvannya mekhanizmu upravlinnya efektyvnyum funktsionuvannyam pidpryyemstva* / M. V. Makarenko // *Aktual'ni problemy ekonomyky.* – 2005. – № 1. – S. 126-135.
6. Makarova M. V. *Tendentsiyi rozvytku tsyfrovoyi ekonomyky: Monohrafiya.* – Poltava: RVV PUSKU, 2004. – 236 s.
7. Maslyanko P. P., Maystrenko O. S. *Biznes-inzhynyrinh orhanizatsiynykh system* / P. P. Maslyanko, O. S. Maystrenko // *Naukovi visti NTUU «KPI», Informatsiyni tekhnolohiyi, systemnyy analiz ta keruvannya.* – 2011. – № 1, s. 69-78.
8. Mintsberh H. *Zlit i padinnya stratehichnoho planuvannya* (Per. Z anhl. – K.: Vyd-vo Oleksiya Kapusty. – 2008. – 412 s.
9. Nevmerzhyts'kyy V. I., Derezyudk A. V., Derev'yanko I. V. *Orhanizatsiyni systemy upravlinnya pidpryyemstva* / V. I. Nevmerzhyts'kyy, A. V. Derezyudk, I. V. Derev'yanko // *Ekonomyka* / 6. Marketynh y menedzhment. – 2009.
10. Novakivs'kyy I. I. *Instrumentariy formuvannya orhanizatsiynykh system upravlinnya pidpryyemstv* / I. I. Novakivs'kyy // *Natsional'nyy universytet «L'vivs'ka politekhnika», kafedra menedzhmentu orhanizatsiy.* – 2011.
11. Ostapchuk I. O. *Analiz modeley orhanizatsiyi firmy* / I. O. Ostapchuk // *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu.* – 2010, № 5 T. 2, s. 213 Schein E. *Organisation Culture and Laedership* / E. Schein. – San-Francisco, 1985.
12. Schein E. *Organisation Culture and Laedership* / E. Schein. – San-Francisco, 1985.
13. Godin B. *Knowledge-Based Economy: Conceptual Framework or Buzzword?* // *Project on the History and Sociology of S&T Statistics: Working Paper, 2003.* – No. 24. – P. 20.
14. Grosfoguel R. *World-Systems Analysis in the Context of Transmodernity, Border Thinking, and Global Coloniality.* *Review (Fernand Braudel Center), 2006, Vol. 29, No. 2, p. 167-188.*
15. Hamel G., Prachalad C.K. *The Core Competence of the Corporation* // *Harvard Business Review.* -Mai-june, 68 (3): 79–93. 1990 .
16. Steiner G. F., Miner J. B. *Management Policy and Strategic: Text, Readings and Cases.*

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И АДАПТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИРМОЙ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭПОХЕ

Черленяк И. И.

Доктор наук государственного управления, заведующий кафедрой международного бизнеса, логистики и менеджмента Государственного высшего учебного заведения «Ужгородский национальный университет».

Федурця В. П.

Кандидат экономических наук, доцент кафедры международного бизнеса, логистики и менеджмента Государственного высшего учебного заведения «Ужгородский национальный университет».

Аннотация. *В статье рассмотрена проблема разработки и обоснования конструктивных элементов новых организационных технологий и систем управления фирмой в условиях глобализации, информационной эпохи и наступления в международном бизнесе сектора «экономики знаний». Показано, что с точки зрения способности фирмы к самоорганизации эти новые конструктивные элементы можно классифицировать следующим образом: культура организации, интеллект организации, сознание организации, организационное сознание. Доказывается, что организационное сознание является наложением основ индивидуальной культуры и организационной культуры в определенном суб-*

коллективном «Я». Показано, что организационное сознание – это тот уровень, где объединяется теологическая и экологическая установка совмещения индивидуального и коллективного как особой формы смыслового эмоционально-рационального упорядочения целей фирмы.

Доказано, что сознание организации материально реализуется в особом виде – в сети коммуникаций участников и связанных с ними процессов модификации мотиваций, потребностей и возможностей фирмы.

Установлено, что с целью оптимизации организационных систем фирмы необходимо уметь выделять и анализировать характеристики организационного сознания: субъектность, интенциональность, модальность. Решение задач адаптации фирмы в период наступления экономики знаний к изменяющимся условиям внешней среды в самостоятельной, в рамках рационального выбора, организации должен решаться на основе интеллектуальных способностей и интеллектуальных средств и технологий.

Полный комплекс условий самообеспечения жизнедеятельности фирмы – организационной системы возникает при создании ею собственных производительных сил, при формировании собственного интеллекта, при обеспечении когнитивной способности.

Оптимизацией в таком фокусе является как раз способность использовать условие «избыточности» сознания над обыденно-необходимым уровнем функциональности для ее расширения и углубления. Это сегодня является необходимым условием успеха в конкурентной борьбе на уровне вызовов современного международного бизнеса, новой экономики знаний и информационной эпохи.

Ключевые слова: экономика знаний, информационная эпоха, фирма, организационное сознание, организационная культура.