

Загалом причин виникнення мертвої точки та деескалації конфліктів може бути безліч. Більше того, сторони конфлікту можуть використовувати обманну тактику, формуючи тим самим візію у суперника про досягнення мертвої точки або деескалації конфлікту.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Інколи різко закінчується управлінський конфлікт та його життєвий цикл, сторони конфлікту втомлюються його далі провадити й відповідно пристосовуються до взаємного існування. При цьому важливо, щоб опоненти побачили вигоду від спокійного, безконфліктного існування, яке може принести взаємну вигоду, оскільки в іншому випадку конфлікт перейде у неявний та тимчасово “заморожений”. Такі види конфліктів важко передбачити та спрогнозувати їхній подальший ЖЦ.

Подальші дослідження слід спрямувати на розвиток способів та підходів розв’язку конфліктів, уникнення та зниження дисфункціональних наслідків дії управлінських конфліктів.

1. Рябцев В.Н. Конфликтология. Хрестоматия // В.Н.Рябцев, М.А.Шутиев.– Ростов-на-Дону, 2001. – 488 с. 2. Цюрупа М.В. Основи конфліктології та теорії переговорів / М.В. Цюрупа. – К.: Кондор, 2004. – 172 с. 3. Mitchell C. R. The Structure of International Conflict / C. R. Mitchell. – L., 1981. 4. Викторова Т.С. Этапы и фазы конфликтов / Т.С. Викторова. – <http://www.viktorova-ts.ru/> 5. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. 3-е издание / П.Дойль. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с. 6. Dunne P. Arms Race Models and Econometric Applications / P. Dunne, E.Nikolaidou, R.Smith. – http://mubs.mdx.ac.uk/research/Discussion_Papers/Economics/dpap_%20econ_no74.pdf

УДК 65.014.1+658.3108

О.Л. Коломієць

Національний університет “Львівська політехніка”

СУТНІСТЬ ЕВРИСТИЧНИХ ФУНКЦІЙ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ

Ї Коломієць О.Л., 2013

Виділено сутнісні ознаки поняття “евристика”, ідентифіковано види евристичних функцій підприємств, наведено їх порівняльну характеристику і відображено місце евристичних функцій у системі менеджменту підприємства. Авторські ідеї спрямовані на підвищення рівня формалізації теорії евристики та розвиток її методичного інструментарію.

Ключові слова: евристика, менеджмент, креативність, інновації, венчурні проекти.

О.Л. Kolomyjec

Lviv Polytechnic National University

ESSENCE HEURISTIC UYSTEMI MANAGEMENT FUNCTIONS

Ї Kolomyjec O.L., 2013

The article highlighted the essential features of the concept of “heuristic”, identified types of heuristic functions of enterprises, given their comparative description and display space heuristic functions in system management company. Content ideas aimed at increasing formalization of the theory of heuristics and the development of methodological tools.

Key words: heuristics, management, creativity, innovation, venture projects.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв’язок із важливими науковими та практичними завданнями. В умовах обмеженості ресурсів виробництва креативність ідей та інноваційність продуктів і технологій є важливими факторами забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Ці фактори лінійно залежать від інтелектуальних можливостей працівників підприємств, а також їх володіння евристичними методами. Вивчення матеріалів промислових

підприємств показало, що проблема полягає у низькому рівні формалізації теорії евристики та її методичного інструментарію.

Аналіз останніх публікацій, в яких започатковано розв'язання проблеми. Евристичні методи широко використовуються у різних галузях науки, а також у практичній діяльності промислових підприємств, проте теоретико-методологічні основи евристики досі перебувають у стані формування. Більшість наукових праць [2–4; 9; 11; 12], присвячених евристичним методам; мають певне тематичне спрямування, тобто евристика розвивається індуктивним методом від конкретних методів до певних загальних положень. Критичний аналіз існуючих наукових праць показав, що застосування евристичних методів для розв'язання економічних проблем є доволі проблематичним, що вимагає поглиблення теорії евристики та розвитку її методичного інструментарію.

Цілі статті. Метою статті є виділити сутнісні ознаки поняття “евристика”, ідентифікувати види евристичних функцій підприємств, навести їх порівняльну характеристику і відобразити місце евристичних функцій у системі менеджменту підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. У Великому тлумачному словнику сучасної української мови під евристикою розуміється сукупність методів дослідження, спрямованих на відкриття, пізнання нового, раніше не відомого [1, с. 254]. Сутнісними ознаками категорії “евристика” є методи (способи), а також процес творчості (креативності), пізнання. Йдеться як про вже існуючі, загальновідомі методи дослідження, так і про методи, які застосовуються вперше для пізнання нових процесів і явищ, а також раніше не відомих властивостей і станів вже відомих об'єктів. Ознаками будь-якого методу пізнання є наявність суб'єкта, який його застосовує, очікуваного результату від використання методу, а також дотримання низки правил, процедур, якими супроводжується виконання операцій, передбачених конкретним методом для отримання очікуваного результату.

Л. Гліненко і А. Смердов евристичні (пошукові) методи класифікують за низкою ознак: за сферою придатності (методи подолання недоліків відомих технічних об'єктів, які не вдалося подолати алгоритмічними методами; методи пошуку нового); за етапом проектування (методи аналізу та декомпозиції проектної ситуації; методи перетворення проектної ситуації; методи генерації ідей; комплексні методи); за механізмом підвищення ефективності та інструментами їх реалізації (методи перебору варіантів); за наявністю критерію переваги (методи, в яких є критерій переваги; методи, в яких немає критерію переваги); за спрямованістю (спрямовані методи; неспрямовані методи); за ступенем алгоритмізації (методи, які піддаються алгоритмізації; методи, які не піддаються алгоритмізації). Спеціальні евристичні методи економічних досліджень становлять собою такі методи аналізу соціально-економічних явищ та прийняття рішень, що базуються на інтуїції, аналогії, винахідливості та власному досвіді дослідника. Евристичні моменти виявляються тоді, коли наявні соціально-економічні умови не підказують досліднику спосіб розв'язання певної конкретної проблеми (ситуації), і минулий досвід не містить готової схеми, що могла б бути застосована за даних умов. Інакше кажучи, евристичні методи соціально-економічного пізнання – це сукупність правил, прийомів, способів, спрощень, які використовує дослідник, виконуючи певне завдання на основі узагальнення свого власного досвіду [2; 3].

Щодо таких сутнісних ознак евристики, як процес творчості (креативності), пізнання, то ці ознаки мають місце лише за наявності суб'єкта, який є носієм креативних ідей, а також наявності у нього внутрішніх мотивів і зовнішніх стимулів до творчості і пізнання. Творчість (креативність) в економічних системах має певні відмінності від креативності в системах, які формуються в інших сферах, наприклад, культурній, науковій тощо. Якщо креативність у художників, дизайнерів, письменників, музикантів тощо є виявом внутрішнього саморозвитку, який не обмежений конкретними очікуваними результатами, а здійснюється задля пошуку оригінальності, неповторності, то креативність суб'єктів економічних систем (фінансистів, маркетологів, менеджерів, інженерів-економістів тощо) скерована на отримання конкретних економічних вигод, конкурентних переваг,

що значно відрізняє умови творчих пошуків у економічних формуваннях від креативності в культурних та інших формаціях.

Отже, сутнісними ознаками категорії “евристика” є методи (способи); процес творчості (креативності), пізнання; наявність суб’єкта, який є носієм креативних ідей і який застосовує методи дослідження; наявність внутрішніх мотивів і зовнішніх стимулів до творчості і пізнання; очікуваний результат від використання методів досліджень, а також правила і процедури, якими супроводжується виконання операцій, передбачених конкретним методом для отримання очікуваного результату.

Евристичні функції є конкретними функціями менеджменту. До них належать управління креативністю (креативний менеджмент); управління інноваційною діяльністю (інноваційний менеджмент) і управління венчурними проектами (венчурний менеджмент).

У науковій літературі [4–7; 11; 12] найкраще описаною є функція управління інноваційною діяльністю. Більшість авторів розглядають цю евристичну функцію надто широко, охоплюючи всі фази інноваційних процесів, починаючи від акумулювання креативних ідей, завершуючи удосконаленням і модифікацією інноваційної продукції. При цьому поза увагою залишається те, про які саме інновації йдеться – інновації для підприємства чи для ринку, як відбувається фінансування цих інновацій – на основі фондів фінансових ресурсів одного підприємства чи за допомогою консорціумного фінансування. Тобто, креативний і венчурний види менеджменту розглядаються, по суті, як компоненти інноваційного менеджменту. З таким інтеграційним підходом до розкриття сутності інноваційного менеджменту певною мірою можна погодитись, якщо йдеться про управління інноваційною діяльністю на рівні багатонаціональної компанії, виробничо-господарського об’єднання або крупного інноваційно-активного підприємства. Проте практика показує, що більшість підприємств не охоплює усіх фаз інноваційного процесу. Реалізація ними евристичних функцій обмежена цілями, на виконання яких спрямовані ці функції. Доцільно взяти до уваги те, що серед суб’єктів ринку інновацій є організації, які: 1) власними силами розробляють і реалізують інновації; 2) отримують інновації на засадах придбання ліцензій, підписання договору франчайзингу або на основі аутсорсингу; 3) є посередниками між малими венчурними підприємствами, що створюють зразки інноваційних продуктів та технологій і промисловими корпораціями, які впроваджують інновації; 4) спеціалізуються на послугах дифузії і комерціалізації інновацій. Більшість промислових підприємств належать до другої групи. В їхніх системах менеджменту функція управління інноваційною діяльністю спрямована на налагодження виробництва інноваційної продукції. Найчастіше такі підприємства співпрацюють із організаціями другої, третьої і четвертої груп. Коли йдеться про отримання підприємствами інновацій на основі придбання ліцензій, підписання договору франчайзингу або на основі аутсорсингу, то, як правило, йдеться про інновації для ринку. Їх упровадження є надзвичайно ризиковим, тому промислові підприємства часто делегують спеціалізованим компаніям повноваження щодо просування інноваційної продукції на ринку. Щодо фінансування таких інновацій, то в більшості випадків воно відбувається на основі реалізації однієї з трьох моделей. Перша передбачає участь у фінансуванні інновацій венчурного фонду. Внаслідок її реалізації підприємство отримує необхідний обсяг фінансових ресурсів для реалізації інновацій, жертвуючи при цьому часткою власного капіталу, який переходить у власність венчурного фонду.

Часто венчурні фонди виступають у ролі посередників на ринку патентно-ліцензійної діяльності. Вони купують у малих венчурних підприємств ліцензії на інновацію, а пізніше здійснюють субліцензування промислових підприємств. Такою ж діяльністю займаються і венчурні банки, проте, на відміну від венчурних фондів, вони кредитують промислові підприємства, а не викупувають їхніх акцій. Для кредитування інноваційних проектів часто створюються банківські консорціуми, які на пайових засадах фінансують проекти і отримують відсотки залежно від їхньої частки в обсязі фінансування. Третя модель фінансування інновацій є змішаним варіантом моделі інвестування і кредитування.

Управління проектами реалізації інновацій, зокрема їх фінансування є завданням венчурного менеджменту. Венчурні фонди і банки, намагаючись посилити контроль над реалізацією інноваційних

проектів, які вони фінансують, спонукають реципієнтів фінансових ресурсів здійснювати комерціалізацію інновацій за участю спеціалізованих компаній, які є професіоналами у дослідженні ринків, вибудовуванні стратегій рекламування і збуту інноваційної продукції. Значну роль у дифузії та комерціалізації інновацій відіграє рівень розвитку трансферних мереж. Вони виконують роль каналів поширення інновацій. В Україні такі мережі перебувають у стані формування. На відміну від іноземних аналогів, вітчизняні трансферні мережі слабо інтегровані у соціальні мережі, їх роль непомітна в активізуванні взаємодії наукових установ із промисловими підприємствами і фінансовими організаціями.

Щодо управління креативністю, то ця евристична функція, на відміну від управління інноваційною діяльністю і управління венчурними проектами, має дуже широке застосування як до продуктів і технологій, які є інноваціями для підприємства, так і для ринку. Ця функція реалізується на усіх підприємствах, незалежно від того, до якої з виділених нами груп воно належить. Проте відзначимо, що на малих венчурних підприємствах, які здебільшого працюють у межах інноваційних кластерів, технопарків і технополісів, вона є найбільш розвинутою. Малі венчурні підприємства створюють моделі (прототипи) інновацій. Вони не займаються комерціалізацією створених продуктів або технологій. Співпрацюючи з багатонаціональними компаніями, які часто є посередниками на ринку інновацій, малі венчурні підприємства продають їм інновацію як ноу-хау або отримують патенти на створені винаходи, моделі і задовольняють свої фінансові інтереси, ліцензуючи інших суб'єктів ринку інновацій. Тобто, в системах управління малих венчурних підприємств серед евристичних функцій реалізується тільки одна – управління креативністю.

Промислові підприємства, впроваджуючи і комерціалізуючи інновації, здійснюють їхне удосконалення, модифікацію внаслідок виявлення недоліків під час експлуатації, зміни запитів споживачів або через необхідність продовження життєвого циклу інновації. Рішення, які приймаються під час удосконалення і модифікації інноваційних продуктів і технологій, є результатом реалізації функції управління креативністю. Ця функція реалізується щоразу, коли керівники впроваджують ідеї, які стосуються удосконалення технологій виробництва і управління, покращання взаємодії організацій із бізнес-партнерами тощо. Тобто функція управління креативністю не завжди пов'язана із процесами комерціалізації інновацій, оскільки може бути орієнтованою на досягнення цілей соціального, психологічного, технічного, іміджевого характеру тощо.

У таблиці наведено характеристики евристичних функцій менеджменту.

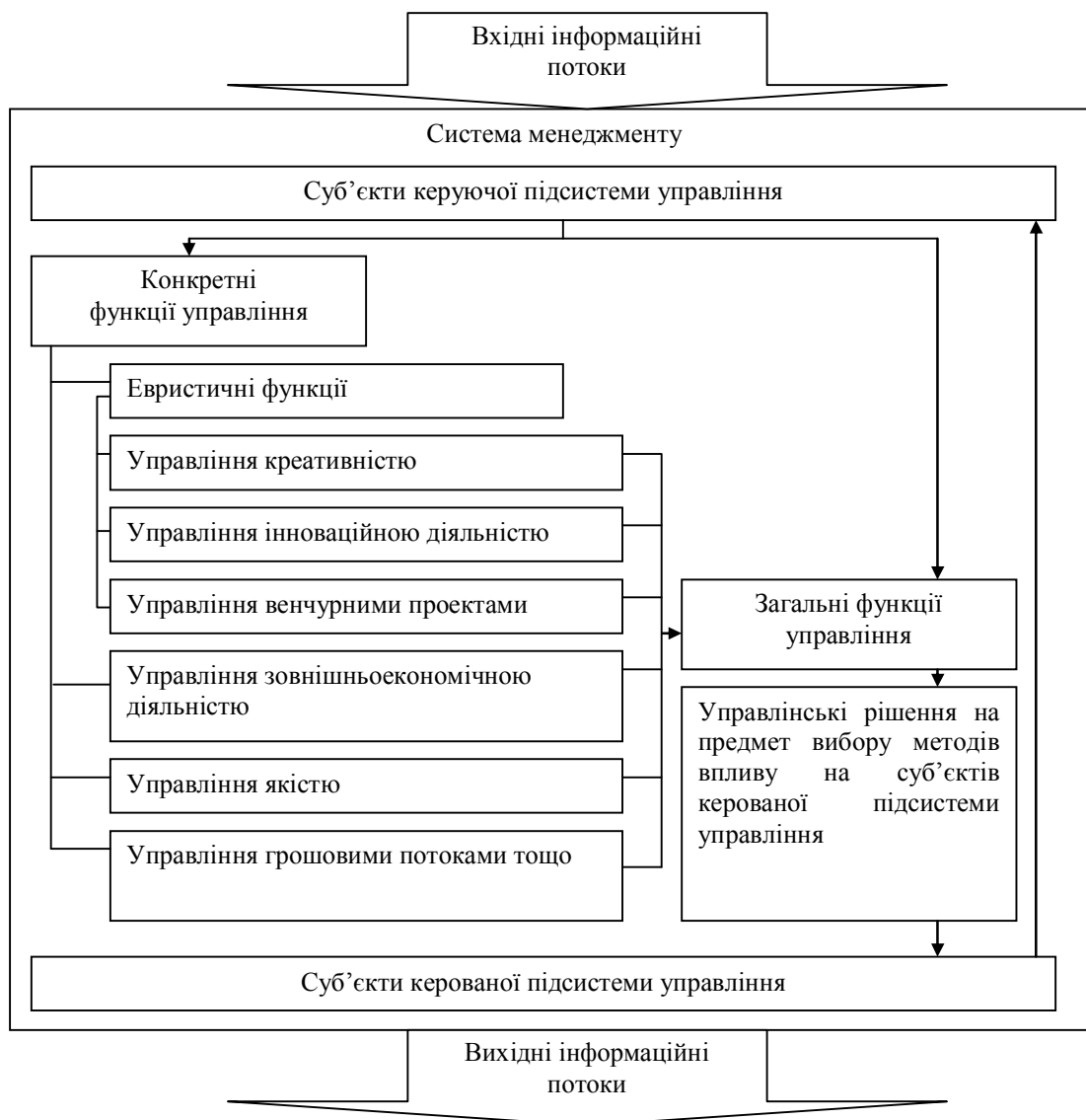
Характеристики евристичних функцій менеджменту промислового підприємства

Евристичні функції менеджменту	Цілі реалізації евристичних функцій	Фази інноваційного процесу, на яких реалізуються евристичні функції менеджменту	Продукти і технології, на які спрямовані евристичні функції менеджменту
Управління креативністю	Акумуляування креативних ідей, спрямованих на вирішення виробничо-господарських проблем, створення нових продуктів і технологій, а також удосконалення існуючих	Фаза проведення НДДКР; фаза експлуатації інноваційної продукції або технології	Продукти і технології, які є інноваціями для підприємства; продукти і технології, які є інноваціями для ринку
Управління інноваційною діяльністю	Впровадження інноваційної технології у процес виробництва; налагодження виробництва інноваційної продукції	Фаза застосування інновацій	Продукти і технології, які є інноваціями для підприємства; продукти і технології, які є інноваціями для ринку
Управління венчурними проектами	Збалансування додатних і від'ємних грошових потоків, пов'язаних із реалізацією інноваційного проекту на засадах розподілу ризиків між суб'єктами, залученими до реалізації венчурного проекту	Фаза застосування інновацій; фаза експлуатації інновацій	Продукти і технології, які є інноваціями для ринку

Примітки: розроблено автором статті.

Як бачимо з таблиці, з трьох виділених евристичних функцій лише функція управління венчурними проектами не спрямована на продукти і технології, які є інноваціями для підприємства. Відомо, що венчурні проекти можуть реалізовуватись винятково за рахунок внутрішніх фондів підприємств. Проведені дослідження показали, що такі випадки не поширюються на продукти і технології, які є інноваціями для ринку. Їхньому впровадженню не характерні ризики, які притаманні продуктам і технологіям, що є інноваціями для ринку. Причина у тому, що інші організації вже мають досвід у їхньому впровадженні, у виведенні на ринок, відомою є реакція споживачів на ці інновації. З огляду на це, можна вважати, що не усі інноваційні проекти є венчурними, а лише ті, які пов'язані із продуктами і технологіями, які є інноваціями для ринку.

На рисунку показано місце евристичних функцій у системі менеджменту промислового підприємства.



*Місце евристичних функцій у системі менеджменту промислового підприємства
Примітки: розроблено автором статті*

З наведеної графічної моделі видно, що евристичні функції, як і інші конкретні функції менеджменту, реалізуються через загальні функції менеджменту, а саме планування, організування, мотивування, контролювання і регулювання. У розрізі кожної з цих функцій суб'єкти керуючої підсистеми управління приймають рішення щодо вибору методів впливу на суб'єктів керованої підсистеми управління.

Проведені емпіричні дослідження дозволяють стверджувати, що у системах управління підприємствами окремі евристичні функції можуть бути слабо розвинутими або не реалізовуватись зовсім. Так, за даними офіційної статистики в Україні менше 15 % промислових підприємств упроваджують інновації, тобто в більшості організацій функція управління інноваційною діяльністю і функція управління венчурними проектами не реалізуються. Щодо креативної функції, то вона часто не пов'язана з упровадженням на підприємствах інноваційних технологій і налагодженням виробництва інноваційних продуктів. Найчастіше вона реалізовується під час удосконалення технологій управління, покращання функціонування локальних підсистем управління, оптимізування логістики і комунікацій, розв'язання конфліктів у трудових колективах тощо.

Висновки і напрями подальших досліджень. Розвиток евристичних функцій у системах менеджменту промислових підприємств доцільний з огляду на те, що їх виконання дає змогу:

- набути якісних і цінових конкурентних переваг;
- своєчасно виявляти незаповнені ніші ринку;
- підвищувати рівень професійної підготовки працівників та їхньої поінформованості про технічні, технологічні і продуктові новинки, які з'являються у промисловості;
- оптимізувати взаємодію між керуваними і керованими підсистемами управління на засадах адекватного ідентифікування цілей організації і потреб працівників;
- знижувати опір змінам за рахунок створення умов до самовираження креативно-активних працівників;
- реалізовувати інноваційні проекти шляхом участі у них венчурних організацій;
- продовжувати життєвий цикл інновацій шляхом їхньої дифузії трансферними мережами тощо.

Подальші дослідження доцільно проводити у напрямку побудови економіко-математичних моделей пошуку залежностей результату функціонування підприємства від якості виконання евристичних функцій.

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.: Ірпінськ: ВТФ “Перун”, 2003. 1087 с. 2. Гліненко Л. К. Технологія інженерного проектування: структурний синтез технічних та біотехнічних систем / Л.К. Гліненко, А.А. Смердов. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2004. – 388 с. 3. Гліненко Л. К. Технологія товарних інновацій на пізніх етапах життєвого циклу товару / Л. К. Гліненко // Вісник Нац. ун-ту “Львівська політехніка”. Логістика. – Львів, 2005. – Вип. 526. – С. 33–39. 4. Гончаренко Т.П. Управління науково-технічним потенціалом промислового підприємства в умовах глобальної конкуренції: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.02.02 “Економіка та управління науково-технічним прогресом” / Т. П. Гончаренко. – Суми, 2006. – 20 с. 5. Гурська О. А. Важелі та стимули формування інвестиційних ресурсів у промисловості: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.07.01 / О. А. Гурська. – НАНУ ІПРЕЕД. – Одеса, 2000. – 5 с. 6. Дагаєв А.А. Механізми венчурного (ризикового) фінансування: світовий досвід і перспективи розвитку / А.А. Дагаєв // Менеджмент в Росії і за кордоном. – 1998. – №1. – С. 12–15. 7. Ілляшенко С.М. Менеджмент та маркетинг інновацій: монографія / С.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД “Університетська книга”, 2004. – 616 с. 8. Евристика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://student.km.ru> 9. Евристика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.smoney.ru> 10. Эвристические методы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: msk.treko.ru/show_dict_205 – 28к 11. Innovations of in business: looking for of Ukrainian of scenario – Interview of with of Usaf Akbar [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.innovations.com.ua> 12. Maquire C., Karlauskas E., Weir A. Information services for innovative organizations (USA) / C. Maquire, E. Karlauskas, A. Weir. – California: Academic press inc., 1994. – 319 p.