

9. Зарубіжний досвід мотивації праці, електронний ресурс // Режим доступу: [\[http://www.management.com.ua/hrm/hrm216.html\]](http://www.management.com.ua/hrm/hrm216.html)

Якубова Катерина
аспірантка кафедри менеджменту
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»
katerina27od@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ІМІДЖУ У VUCA-СВІТІ

Ключові слова: VUCA - світ, SPOD – світ, цінності, імідж організації.

Анотація. Розглянуто парадигми SPOD та VUCA-світу. Виділено цінності кожної з парадигм. Позначено цінності VUCA-світу з позиції зовнішніх та внутрішніх іміджевих характеристик організації.

Yakubova Katerina
PhD Student, Management Department
State Higher Educational Institution
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
katerina27od@gmail.com

PECULIARITIES OF ORGANIZATIONAL IMAGE IN VUCA-WORLD

Keywords: VUCA-world, SPOD-world, values, image of the organization.

Abstract: The paradigms of SPOD and VUCA-world are considered. The values of each of the paradigms are highlighted. The values of VUCA-world from the standpoint of external and internal image characteristics of the organization are indicated.

У бізнес-середовищі все частіше використовується визначення VUCA-світ, яке прийшло на зміну SPOD – світу. Аббревіатура SPOD розшифровується як "Steady" (стійкий), "Predictable" (передбачуваний), "Ordinary" (простий), "Definite" (визначений). Цінностями такого середовища є стабільність, простота та визначеність. Це свого роду постійне та передбачуване економічне середовище, перебуваючи в якому компанії могли прогнозувати та вибудовувати довгострокові стратегії зростання та розвитку. Однак технічний прогрес, що стрімко розвивається, і процеси глобалізації зумовили виникнення VUCA-середовища. Його характерними особливостями є Volatility (мінливість, нестабільність, нестійкість, волатильність), Uncertainty (невизначеність), Complexity (складність) та Ambiguity (неоднозначність, неясність, двозначність, невизначеність). На зміну стійкості та передбачуваності прийшли складність, відсутність стабільності, невизначеність та неясність.

Така ситуація змушує організації або дотримуватися стабільних та зрозумілих парадигм, відстаючи при цьому від трендів сучасності та програючи у конкурентоспроможності. Або прийняти умови парадигми VUCA-світу з усіма його перспективами та цінностями. Цей вибір насамперед позначиться на іміджевих характеристиках компанії. Оскільки імідж є певним набором знаків, смислів і цінностей, що становлять «повідомлення» компанії, що сприймається цільовою аудиторією (зовнішньою та внутрішньою) однозначно [1]. Іншими словами, компанії повинні змінити свій меседж для зовнішнього і внутрішнього середовища.

Гнучкість. Проявляється як у соціально-економічній діяльності компанії та її комунікаціях (зовнішній імідж), так і у гнучкості по відношенню до корпоративного бачення, місії та стратегії розвитку компанії (внутрішній імідж) [2]. Гнучкість у мисленні, поведінці та комунікаціях (на зовнішньому та внутрішньому рівні) дозволяє швидко адаптуватися до змін навколишнього середовища, створюючи при цьому найкращі рішення проблем. Гнучкість по відношенню до стратегії розвитку компанії дозволяє створювати бажаний образ майбутнього організації, концентруючи ресурси щодо його втілення (форсайт).

Адаптивність до швидко мінливого середовища. Довгострокові плани часто старіють на момент їх реалізації. Тому сучасні організації повинні володіти компетенціями вибудовування гнучких тактик для швидкої адаптації до зовнішніх факторів, що змінюються, без зміни стратегічного курсу. Для цього потрібно мати сет адаптаційних стратегій і підтримувати високий потенціал готовності організації до змін, що пов'язано з підтримкою креативної атмосфери. Це дасть можливість скористатися перевагами обставин, що швидко змінюються, використовуючи свої сильні сторони і нівелюючи слабкі.

Креативність. На зовнішньому рівні компанія має демонструвати відкритість взаємодій і готовність творчо приймати будь-яку інформацію, здатну поліпшити її. На внутрішньому рівні має бути забезпечене середовище, що формує прозорість робочих процесів, довіру та етику ділового спілкування. Також слід звернути увагу на створення культури творчості як командної, так і індивідуальної.

Подібного роду стратегії дозволять максимально використовувати людський потенціал, навички креативного мислення та компетенції для пошуку найкращих рішень в умовах невизначеності.

Технологічність. Трансформація інформаційних технологій та поява цифрових дозволили організаціям перетворити більшість внутрішніх процесів шляхом автоматизації та роботизації. На внутрішньому рівні технологічність пов'язана з цілеспрямованим виробництвом інновацій для виробництва та вдосконалення власних продуктів та послуг.

Готовність до навчання. Найбільш швидко та ефективно адаптацію організації до умов стрімких змін забезпечує навчання. Воно може бути як корпоративне та командне, так і індивідуальне. При цьому дослідження показують, що найбільш ефективними формами такого навчання є фасилітація (один з методів групової взаємодії, що дозволяє групі працювати творчо і результативно), гейміфікація (використання ігрових правил для досягнення реальних цілей), коучинг (управління емоціями та спрямування їх на пошук ефективних рішень) [3].

Таким чином, адаптація іміджу організації до умов VUCA-світу заснована на обліку VUCA-цінностей, що формуються, і включенні їх у зовнішні та внутрішні стратегії компанії. Ми виділили п'ять базових цінностей: гнучкість, адаптивність до швидкого середовища, креативність, технологічність і готовність до навчання. Трансляція їх у символіці, логотипі та місіях компанії, а також розробка мережі асоціацій, пов'язаних із продуктом або послугою, створює компанії імідж, конгруентний цінностям VUCA-світу. Що, безперечно, впливає на позитивне сприйняття її діяльності.

Список використаних джерел

- Беляева М. А. Азы имиджеологии: имидж личности, организации, территории: учебное пособие для вузов [Електронний ресурс] / М. А. Беляева, В. А. Самкова // Урал. гос. пед. ун-т. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/5934/1/uch00161.pdf>.
- George B. VUCA 2.0: A Strategy For Steady Leadership In An Unsteady World [Електронний ресурс] / Bill George // Forbes. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.forbes.com/sites/hbsworkingknowledge/2017/02/17/vuca-2-0-a-strategy-for-steady-leadership-in-an-unsteady-world/?sh=739ed76513d8>.
- Personnel development at enterprises with regard to adaptation to the VUCA world/N. Popova, V. Shynkarenko // Економічний часопис-XXI. – 2016. – No 156.