

годити механізм планування потреб у спеціалізованих випускниках за участю бізнес-структур, розробити шляхи адаптації освітніх програм до реальних економічних умов, що стрімко змінюються та встановити спрямованість отримання практичних навичок студентів у відповідності до їх майбутньої професії.

Література

1. Офіційний сайт Держкомстатистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. *Backer, Gary S.* Human Capital. N.Y.: Columbia University Press, 1964.
3. Указ Президента України «Про заходи щодо пріоритетного розвитку освіти в Україні» від 30 вересня 2010 р. № 926.

В. А. Верба, д.е.н., доцент,
професор кафедри стратегії підприємств,
директор Інституту управлінського консультування КНЕУ
e-mail: verba@imc-ukraine.com

СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО АКАДЕМІЧНИХ І КОНСАЛТИНГОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ І ПРОСУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

Верба Вероника
Стратегическое партнерство
академических и консалтинго-
вых организаций в процессе
создания и продвижения
управленческих инноваций

Verba Veronika
Strategic partnership of academic
and consulting organizations
in process of creating
and promotion of management
innovations

Інновації традиційно розглядаються як джерело і засіб якісних покращень у компаніях з метою підвищення ефективності їх функціонування, які мають забезпечити підвищення їх конкурентоспроможності. Становлення постіндустріальної економіки, в який ключову роль відіграють інтелектуальні ресурси, актуалізувало інтерес науковців і практиків до ролі інновацій у сфері управління, синергійного ефекту реалізації технологічних та управлінських нововведень. Сьогодні не викликає сумніву, що саме інновації у сфері менеджменту, які розглядають як впровадження нових принципів, процедур і методів керівництва, нововведень у організаційну конфігурацію підприємств, все що зумовлює зміни у

системі управління компанією [1], можуть забезпечити сталий розвиток економічних систем як на мікро-, так і на макрорівні.

Проблематика створення і впровадження інновацій у сфері управління викликає інтерес у науковій спільноті, обговорюється на бізнес-форумах, стає предметом дискусій управлінців різного рівня. Питання виявлення передумов і мотивації розробки управлінських інновацій, етапів і процедур їх створення, оцінювання, трансферу у практику підприємств стали предметом наукового пошуку відомих дослідників, прикладних розробок та експериментів. У той же час вочевидь постає необхідність визначити ключових суб'єктів процесу генерування, розробки, трансферу і впровадження управлінських нововведень, уточнити їх ролі і можливі форми ефективної взаємодії.

Практика розвитку сучасних компаній свідчить, що більшість інновацій у сфері менеджменту з'являються як результат серйозних досліджень, наукової роботи, узагальнень досвіду функціонування та організаційних змін, результатів внутрішнього і зовнішнього консультування.

У запропонованій Д. Біркіншау і М. Модем моделі виникнення і розвитку управлінських інновацій, яка складається з незадоволення існуючим станом підприємства, натхнення із зовнішніх джерел, винаходу, внутрішнього і зовнішнього визнання, ключову роль відіграють зовнішні агенти — науковці, консультанти та гуру менеджменту. Саме вони, на думку дослідників, стають джерелом натхнення для управлінців — інноваторів, активними партнерами у процесі апробації та ратифікації управлінських змін на підприємствах [2]. Проте всі учасники процесу створення і впровадження управлінських інновацій на кожному етапі мають свою роль відповідно до завдань і специфіки своєї діяльності в контексті продукування нових управлінських знань.

Результатами наукової діяльності академічних діячів є узагальнення теоретико-методологічних і прикладних досліджень, критичні огляди, участь у дискусіях та експертні оцінки щодо наявних управлінських методів, інструментів і технологій, а також авторські новаторські розробки управлінських теорій, концепцій, методик. Віддаючи належне інтелектуальному внеску науковців у розвиток управлінської науки, професіоналізацію менеджменту, сьогодні науковцям висувають звинувачення у значному рівні абстракції та відриві досліджень від реальних потреб управлінської практики, відсутності експериментальних підтверджень дієвості розроблених управлінських концепцій і методів, надскладної форми подачі розробок, що унеможливорює їх активну практичну апробацію.

Основними засобом поширення результатів роботи наукових співробітників традиційно вважають статті, що друкуються у наукових журналах. Ці публікації традиційно мають жорстку структуру, науковий стиль і високий рівень абстрагування при оприлюдненні результатів досліджень, що значною мірою ізолює академічний світ від широкого кола управлінців, ускладнює популяризацію наукових здобутків у сфері менеджменту, знижує просвітницьку функцію наукової спільноти. Відзначимо, що низька інтеграція управлінської науки у процес ініціації та впровадження управлінських інновацій на підприємствах частково може бути поясненою тими обставинами, що академічні працівники сфокусовані переважно на фундаментальних дослідженнях, знаходяться у певному коли обмежень, яке пов'язане з обраною тематикою наукових досліджень, що виконуються за замовленням держави або університетів (і дуже рідко за зверненням компаній), наявністю суттєвої інформаційної асиметрії щодо знання реальних параметрів функціонування підприємств (у силу непрозорості діяльності підприємств, їх інформаційної закритості) відсутності прямої взаємодії з менеджментом організацій.

Подолання прогалини між науковими розробками і запитом управлінців щодо конкретних методів розв'язання проблематики у сфері управлінської практики взяли на себе консультанти з управління. Саме управлінське консультування за останні десятиліття стало інфраструктурною інституцією, що створює інформаційний простір у сфері генерування та поширення нових знань, інструментів та технологій управління.

Сьогодні управлінське консультування має розглядатися як науково-професійна діяльність консультантів зі створення інтелектуальних продуктів і надання незалежних професійних послуг, що покликані допомогти керівникам підприємств у реалізації організаційних цілей і завдань розвитку шляхом вирішення управлінських і ділових проблем, виявлення і використання нових можливостей, впровадження змін і навчання [3, с. 101—102].

Сучасний управлінський консалтинг разом з академічними спільнотами активно формує базу управлінських знань, проводить аналітичні дослідження у галузевих, предметних і функціональних сферах діяльності, займається розробленням методології консалтингових продуктів, управлінських технологій розвитку компаній, аналітичного інструментарію. Ця дослідницька робота консультантів за методологію, дуже схожа на академічну діяльність, яку здійснюють науковці. Проте на відміну від наукової спільноти, сфера консультування фокусується на прикладних дослідженнях, активно займається маркетингом і трансфертом вла-

сних досліджень, популяризацією сучасних управлінських технологій з метою впровадження їх у практику підприємств. Динамічні дії консультантів у процесі трансферу управлінських інновацій, їх спонукаючий характер впливу на клієнтські організації, сформували новий запит на консультування — агентів змін, які є не тільки джерелом експертної влади, але і носієм, каталізатором впровадження управлінських інновацій. Враховуючи, що більшість консалтингових фірм за своїми розмірами та дослідницьким потенціалом не мають можливості самостійно створювати інноваційні консалтингові продукти, досить часто вони виступають своєрідним провідником наукових здобутків у сфері менеджменту, перевіряючи на практиці їх дієвість.

Для використання потенціалу наукових організацій, підвищення дієвості їх впливу на процес генерування і впровадження управлінських інновацій доцільним стає налагодження стратегічного партнерства між академічними і консалтинговими організаціями.

Стратегічне партнерство академічних і консалтингових організацій має забезпечити ефективну зовнішню підтримку процесу створення і впровадження управлінських інновацій в економічних системах внаслідок: формування знаннєвої платформи розвитку економічних систем макро-, мезо-, мікрорівнів, що має забезпечити підвищення рівня продуктивності і результативності функціонування економічних систем унаслідок впровадженню нових інноваційних управлінських технологій; підвищення ефективності трансферу управлінських інновацій від розробників до споживачів, який сприяє зниженню транзакційних витрат на створення і впровадження нових технологій управління, інформаційної асиметрії у процесі розвитку управлінських інновацій; посилення прикладної цінності аналітичних досліджень практики функціонування і розвитку підприємств різних ринків, сфер, напрямів і масштабів діяльності, які сприяють озброєнню інформацією про найкращу практику і досвід ефективного функціонування і розвитку підприємств; розробку, поширення нових управлінських технологій розвитку підприємств сприяє поширенню інтернаціоналізації принципів ведення бізнесу, удосконалення методів і технологій управління економічними системами.

Література

1. Хеймел Г. Что есть что в управленческих инновациях/ Г.Хемел// [Электронный ресурс] // Harvard Business Review (русское издание). — 2006. — Режим доступа : hbr-russia.ru/issue/16/1028/

2. *Birkinshaw J. How Management Innovation Happens* / J. Birkinshaw, M. Mol // [Electronic resource] MIT Sloan Management Review. — 2006. — July 01. — Mode of access : <http://sloanreview.mit.edu/article/how-management-innovation-happens>

3. *Верба В. А. Управлінське консультування: концепція/організація/розвиток: монографія* / В. А. Верба; ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». — К.: KNEU, 2011. — 327 с.

О. М. Гребешкова, к.е.н., доцент,
доцент кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
e-mail: grebeshkova@spkneu.org

МІСЦЕ І РОЛЬ УНІВЕРСИТЕТІВ У РЕЛЯЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ

Гребешкова Елена
Место и роль университетов
в реляционном пространстве
украинского бизнеса

Grebeshkova Olena
Place and role of universities
in relational space of ukrainian
business

На відміну від індустріальної епохи сучасна економіка перетворюється з реплікаційної на інноваційну [1, с. 33], за умов якої змінюється сама природа конкуренції: у стратегічних діях підприємств на перший план виходять співпраця та кооперація.

Намагаючись пояснити двоїстість стратегічної поведінки сучасних підприємств, на рубежі XX і XXI століть з'явилися концепції «співконкуренції» [2] та «підприємницьких екосистем» [3]. Пізніше в рамках так званої реляційної концепції стратегічного управління, введено поняття «реляційних» рент, що виникають завдяки міжорганізаційній взаємодії фірм.

Можна стверджувати, що починаючи з 2000-х рр. відбувається формування нового напрямку в теорії стратегічного управління — реляційної концепції, ключовим поняттям якої маємо визнати реляційний простір. Пропонуємо визначати реляційний простір через мережу двосторонніх відносин між підприємством та іншими ринковими суб'єктами, що утворюється задля спільного отримання специфічних вигід. Стійкість реляційного простору забезпечується конкурентоздатністю його учасників (здатністю до співпраці). У рамках свого реляційного простору підприємство переслідує дві основні цілі —