

Кучеров А. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ ЗМІНАМИ:
ВИДИ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ**

В сучасних умовах динамічних трансформаційних процесів в економіці, перетворень в зовнішньому та внутрішньому середовищі суб'єктів господарювання важливого й актуального значення набувають проблеми управління змінами, що потребує застосування механізмів та інструментарію, націлених на формування гнучкості, своєчасного реагування та здатності адаптуватись до мінливого навколишнього середовища. За таких умов, перед суб'єктами господарювання постає завдання побудови дієвої системи управління організаційними змінами.

Управління організаційними змінами являє собою процес «управління переходом організації як системи з одного стану до іншого» [1], по суті це «структурний підхід до переведення певних об'єктів і систем з поточного стану в бажаний майбутній стан, метою якого є розширення прав і можливостей співробітників прийняти та підтримати зміни в їх поточному бізнес-оточенні» [2]. Наразі управління організаційними змінами здійснюється на основі певних моделей, переважна більшість яких розглядають зміни у якості процесу трансформацій організаційних систем з досягнутого стану «як є» до бажаного стану «як має бути».

Велику множинність моделей управління організаційними змінами можна розподілити на наступні класифікаційні групи:

1. За ознакою ринкового впливу на економіку моделі бувають ринкові (ліберальні), ринкові з елементами державного регулювання, соціальні ринкові, моделі державного управління з розвиненими ринковими відносинами, моделі централізованого управління з ринковими елементами (планові).
2. За ознакою владних повноважень керівництва – авторитарні, демократичні.
3. За рівнем «вбудованості» особистості в систему продуктивних сил – доіндустріальні, індустріальні, постіндустріальні.
4. За ознакою територіального походження та місця адаптації – українські, американські, японські, шведські, німецькі, бразильські.

5. В залежності від ролі і місця людини в системі управління виділяють модель Д. Макгрегора, модель У. Оучі.

6. За ознакою відношення до змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі – статичні (традиційні, консервативні, поточного стану), адаптивні (випереджальні, інноваційні), динамічні (прогнозні, імовірнісна модель розвитку).

Отже, на сьогодні відсутня єдина універсальна модель управління організаційними змінами, найбільш відомими можна вважати моделі Левіна, ADKAR, McKinsey 7-S, переходу Бріджеса, Маурера та PDCA, теорію Коттера, теорію підштовхування, криву змін Кюблера-Росса.

Кожна із застосовуваних моделей управління організаційними змінами покликана розкрити спосіб запровадження змін на підприємстві, засоби подолання опору змінам, визначити оптимальні рішення у динамічному середовищі.

Результат управління змінами залежить від готовності організації з точки зору ресурсів, адміністративної, людської та емоційно-психологічної готовності до реалізації плану організаційних змін. Для підвищення ефективності організаційного розвитку та управління змінами менеджерам необхідно інтегрувати різні підходи та адаптувати їх до конкретних умов існування організації. Зміни можна описати як умовне позначення можливостей, відкритих і розвинутих для бізнес-організації, особливо якщо її керівництво здатне передбачати зміни в ринковому середовищі. Аналіз та узагальнення ідеї організаційного розвитку дає змогу стверджувати про існування окремих закономірностей організаційного розвитку, які відображають в процесі декомпозиції моделі на складові.

Що стосується практики господарської діяльності суб'єктів господарювання, необхідно використовувати моделі змін відповідно до завдань і наявних можливостей підприємства, обраного шляху (мета, характер зміни), розміру організації та масштабу планових змін. Безумовно ліпше застосовувати різні моделі залежно від ситуацій, які складаються.

Отже, організаційні зміни – це невід'ємна частина управління будь-яким бізнесом, так як він завжди функціонує у динамічному і мінливому середовищі. Тому, за бажанням підприємства випередити конкурентів, йому потрібно адаптуватись до змін у навколишньому середовищі через впровадження ефективних організаційних змін. Необхідно зауважити, що використання новітніх дієвих методів та моделей в управлінні організаційними змінами на підприємстві

має на меті комплексний розвиток підприємства, що можна вважати важливим засобом забезпечення високого рівня конкурентоспроможності та ефективності діяльності суб'єкта господарювання.

У сучасних економічних умовах для збільшення загального результату вигідно використовувати різні елементи кількох моделей та їх поєднання. Досвід багатьох компаній є ефективним орієнтиром при побудові ефективної системи управління організаційними змінами.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на пошук конкретних параметрів організаційних змін, щоб розробити успішні програми розвитку та запобігти загибелі організації.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З. Методологічні підходи до класифікації змін на підприємстві. *Бізнес Інформ*. 2015. № 11. С. 39-44. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2015-11_0-pages-39_44.pdf
2. Гринько Т. В. Управління змінами на підприємствах – необхідна умова забезпечення їх розвитку. *Бізнес Інформ*. 2013. № 10. С. 247-252. URL: https://www.business-inform.net/pdf/2013/10_0/247_252.pdf

Мамедова Д. Р., Стасюк Ю. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ МЕДІА-МЕНЕДЖМЕНТУ

Проблематика сучасного медіа-менеджменту ЗМІ набуває актуальності у зв'язку зі зростаючим значенням медіа-бізнесу в епоху цифрових технологій. ЗМІ є важливими джерелами інформації для суспільства, тому важливо забезпечувати якість та достовірність контенту, який вони публікують. Крім того, зміни у споживанні та наявності конкуренції на ринку ЗМІ ставлять вимоги до розвитку нових стратегій управління медіа-бізнесом та використання цифрових технологій.

До того ж цифрові технології змінюють спосіб, яким люди сприймають інформацію. Медіа-менеджмент повинен постійно розвиватися та адаптуватися до змін у споживчих смаках та звичках, конкуренції та технологічному прогресу, щоб забезпечити успішне функціонування медіа-бізнесу в майбутньому. Тому