

КОЛЕКТИВНИЙ ТЕЗАУРУС МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУТЬ ТА ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Дейнега О.В.

Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне

Оцінити участь персоналу у прийнятті управлінських рішень та його вплив на ефективність використання інформації можна за допомогою такого показника як тезаурус, що використовувався Ю. Шрейдером при розкритті теорії семантичної інформації, основна ідея якої полягає в тому, що для того, щоб взагалі сприйняти будь-яку інформацію із зовнішніх джерел, система-приймач (в нашому випадку людина-покупець) повинна володіти певним мінімальним «запасом знань», який позначається терміном «тезаурус» [1]. Отже, тезаурус – це певним чином структуроване знання.

Тезаурус кожного окремого індивіда має складну структуру, в якій одні поняття та відношення, згруповуючись, утворюють інші, що, у свою чергу, формують складніші поняття та відношення. Оскільки тезаурус є засобом представлення знань, а знання у кожної людини різні, то, відповідно, відрізняються і їх тезауруси.

Якщо розглядати підприємство як споживача інформації, то варто говорити не про тезауруси окремих працівників, а про колективний тезаурус, тобто певний чином структурований запас знань, що міститься у спільній свідомості управлінського персоналу підприємства.

Результати власного дослідження дозволили ідентифікувати сукупність факторів, які будуть формувати колективний тезаурус підприємства: рівень освіти, відповідність профілю спеціальності профілю діяльності підприємства, загальний стаж управлінської діяльності, досвід роботи за профілем діяльності підприємства. Було встановлено, що рівень коефіцієнту тезаурусу машинобудівних підприємств є високим для всіх підприємств цього виду економічної діяльності, проте найвищий для середніх і великих підприємств. Менеджери таких підприємств переважно мають значний досвід роботи у машинобудуванні, вищу освіту, хоча профіль їх спеціальності не завжди відповідає профілю діяльності підприємства.

Таким чином, при плануванні діяльності машинобудівних підприємств їх менеджмент повинен ретельно відслідковувати та вивчати не лише зовнішні інформаційні зв'язки, а й внутрішні, що дозволить забезпечити високу ефективність даного процесу. Персонал підприємств будь-яких видів діяльності є значним резервом підвищення їх внутрішньої і зовнішньої ефективності. Машинобудівні підприємства не завжди повною мірою застосовують персонал як фактор впливу на власні конкурентні переваги. Саме тому послідовне і осмислене нарощення колективного тезаурусу дозволить таким підприємствам посилювати власні конкурентні позиції на внутрішньому і зовнішніх ринках.

Література:

1. Маркетинг інновацій : учебник / под общ. ред. Н. Н. Молчанова. М. : Издательство Юрайт, 2014. 528 с. URL: http://stud.com.ua/68216/marketing/model_kupivelnoyi_povedinki_schodo_innovatsiyi_zasnovana_tezauruse_spozivacha (дата звернення: 23.02.2020).