

Синицька Олена

СТРАТЕГІЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Виствітлені проблеми стратегічного моделювання процесів формування ефективної корпоративної культури з метою становлення сучасного типу суспільного устрою в Україні, що викликає підвищений інтерес з боку представників національного бізнесу, громадських і державних організацій. Досліджені передумови стратегічного моделювання, рівні впливу, запровадження та сталості корпоративної культури та її ролі в управлінні соціально-трудовими відносинами, та вплив держави на розвиток соціальної сфери за сучасних умов господарювання. Наведені підходи пошуку відповідності корпоративної культури загальній стратегії суб'єкта господарювання засобами стратегічного моделювання. За допомогою наведеної моделі зв'язку корпоративної культури з успіхом організації Пітерса-Уотермана показаний механізм досягнення балансу між можливостями і спроможностями об'єктів управління та місце застосування стратегічного моделювання корпоративної культури як механізму забезпечення ефективності господарювання та конкурентної стійкості. Запропоновані шляхи подолання опору нововведенням методом узагальнювання цінностей працівників і керівників/власників господарюючих суб'єктів.

Ключові слова: стратегічне моделювання, корпоративна культура, організаційна культура, фактори запровадження та сталості корпоративної культури, соціально-трудові відносини

Синицкая Елена

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Освещены проблемы стратегического моделирования процессов формирования эффективной корпоративной культуры с целью становления современного типа общественного строя в Украине, что вызывает повышенный интерес со стороны представителей национального бизнеса, общественных и государственных организаций. Исследованы предпосылки стратегического моделирования, уровни влияния, внедрения и

устойчивости корпоративной культуры и ее роли в управлении социально-трудовыми отношениями, и влияние государства на развитие социальной сферы при современных условиях ведения хозяйства. Приведены способы поиска соответствия корпоративной культуры общей стратегии субъекта ведения хозяйства средствами стратегического моделирования. С помощью приведенной модели Питерса-Уотермана связи корпоративной культуры с успехом организации показан механизм достижения баланса между предпочтениями и реальными возможностями объектов управления и место применения стратегического моделирования корпоративной культуры как механизма обеспечения эффективности ведения хозяйства и конкурентной устойчивости. Предложены пути преодоления сопротивления нововведением методом обобщения ценностей работников и руководителей/владельцев хозяйствующих субъектов.

Ключевые слова: стратегическое моделирование, корпоративная культура, организационная культура, факторы внедрения и устойчивости корпоративной культуры, социально-трудовые отношения

Synytska Olena

STRATEGIC MODELING OF CORPORATE CULTURE

The problems of strategic design of processes of forming of effective corporate culture are lighted up with the purpose of becoming of modern type of framework of society in Ukraine, that causes the promoted interest from the side of representatives of national business, public and state organizations. Pre-conditions of strategic design, levels of influencing, introduction and stability of corporate culture and its role, are probed in a management socially-labour relations, and influencing of the state on development of social sphere at the modern terms of menage. The methods of search of accordance of corporate culture general strategy of subject of menage by facilities strategic design are resulted. By the resulted model of Pitersa-uotermana of connection of corporate culture with success of organization the mechanism of achievement of balance between preferences and real possibilities of management objects and place of application of strategic design of corporate culture is shown as a mechanism of providing of efficiency of menage and competition stability. The ways of overcoming

of resistance the innovation of generalization of values of workers and leaders/proprietors of managing subjects a method are offered.

Keywords: strategic modeling, corporate culture, organizational culture, the factors of implementation and sustainability of corporate culture, social and labor relations

Постановка проблеми у загальному вигляді. Актуальність стратегічного моделювання корпоративної культури, особливо у соціальній сфері, що є специфічною галуззю людської діяльності (сукупністю відповідних її видів, функцій та організаційних форм), предметом якої є громадяни країни з їх потребами, не викликає сумніву. Ця сфера охоплює охорону здоров'я, освіту, науку, культуру, мистецтво, ЗМІ, спорт та туризм, побутове обслуговування, торгівлю та громадське харчування, житлово-комунальне господарство, пасажирський транспорт, соціальну допомогу й соціальне страхування, пенсійне забезпечення, охорону праці та забезпечення безпеки і суспільного порядку (заходи оборонного та правоохоронного характеру). Пошук ефективних механізмів регулювання соціальної сфери є одним із найважливіших напрямів державного управління, особливо в умовах перехідної економіки, коли вплив держави на економічні процеси зменшується, а потреба в державному втручанні зберігається через кризовий стан економіки і особливо соціальної сфери.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Найбільший внесок у розробку проблематики як організаційної, так і корпоративної культур зробили наступні зарубіжні та вітчизняні дослідники: М. Бурке, О. Грішнова, М. Елвессон, К. Камерон, А.Колот, Р. Куїнн, А. Ліпенцев, Н. Могутнова, Г. Назарова, Р.Рюттінгер, В. Співак, Г. Хофштеде, Е. Шейн та інші. Теорії і підходи таких дослідників, як К. Камерона і Р. Куїнна, О.С.Віханського, О.Г.Тіхомірової і багато інших підкреслюють високу значущість корпоративної культури як ефективного інструменту управління господарюючим суб'єктом. Дослідники проблеми, як теоретики, так і практики, відзначають стійкий зв'язок між успішністю компаній і мірою розвиненості їх корпоративних культур. Вітчизняні вчені М.М. Баб'як, Г.М. Захарчин, Е.Н. Коренєв, І.В. Мажура, О.Є. Кузьмін, Г.Л. Хаєт, Є.В. Рудинська, С.А. Яромич досліджували корпоративну культуру в

різних сферах економічної діяльності в Україні, але проблема стратегічного моделювання процесів формування ефективної корпоративної культури з метою становлення сучасного типу суспільного устрою в Україні викликає підвищений інтерес з боку представників національного бізнесу, громадських і державних організацій.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Вважаємо, що питання формування корпоративної культури в управлінні соціально-трудовими відносинами є новаційним і дискусійним, обумовлюючим проблему співвідношення чинників запровадження та сталості корпоративної культури в економічних системах. Проте, на нашу думку, недостатньо висвітленим є питання стратегічного моделювання вітчизняної корпоративної культури, зокрема дослідження впливу корпоративної культури на соціально-трудові відносини в Україні.

Постановка завдання. Встановити взаємозв'язок між рівнями корпоративної культури з метою вивчення проблем розвитку корпоративної культури

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз впливу культури на економіку, зокрема на особливості організації виробництва, дозволяє відповісти на запитання: чому буває так, що країни, які мають найбагатші природні ресурси, живуть бідно, а інші, обділені природними багатствами, процвітають? Здавалося б, вигідне географічне положення, достаток природних ресурсів, - що ще потрібно для процвітання і збагачення держави. Тоді чому Україна, природним багатством якої могли б позаздрити багато високорозвинених країн, ніяк не може досягти таких самих темпів економічного розвитку, як, наприклад, Японія, яка обділена природними ресурсами. Виявляється, в економічно розвинених країнах є більш могутній, ніж нафта, газ, інші корисні копалини, ресурс - певний тип ділової культури, що дозволяє більш ефективно використовувати наявні природні багатства, забезпечуючи тим самим стабільність економічного і громадського життя в країні. Отже, можна зробити висновок, що бідність буває не тільки матеріальна, але і соціальна, тобто недолік у суспільстві деяких традицій, навичок, цінностей, що визначають ефективну або неефективну роботу людей [1, с. 128-129]. Соціальна бідність визначає матеріальну не в меншій, а може, навіть в більшій мірі, ніж навпаки. Тому можливість якісно змінити ділову культуру

більшості громадян української держави - їх ставлення до праці, до себе, один до одного, то можливість більш ефективно вирішувати наші матеріальні проблеми зростає геометричною прогресією.

Розвиток культури є тривалим історичним процесом, і хоча глобалізація прискорює його, зміни відбуваються дуже повільно. І якщо неможливо швидко змінити загальну або ділову культуру країни, то цілком можна почати зі змін в корпоративній культурі роботи господарюючих суб'єктів, і через ці зміни впливати на культуру міжорганізаційних відносин (культуру ведення переговорів, культуру партнерства, конкурентну культуру тощо) на галузевому рівні, міжгалузевому рівні та на рівні держави, а отже, - впливати і на всю ділову культуру, а через неї і на загальну культуру й економіку [2, с. 45-48].

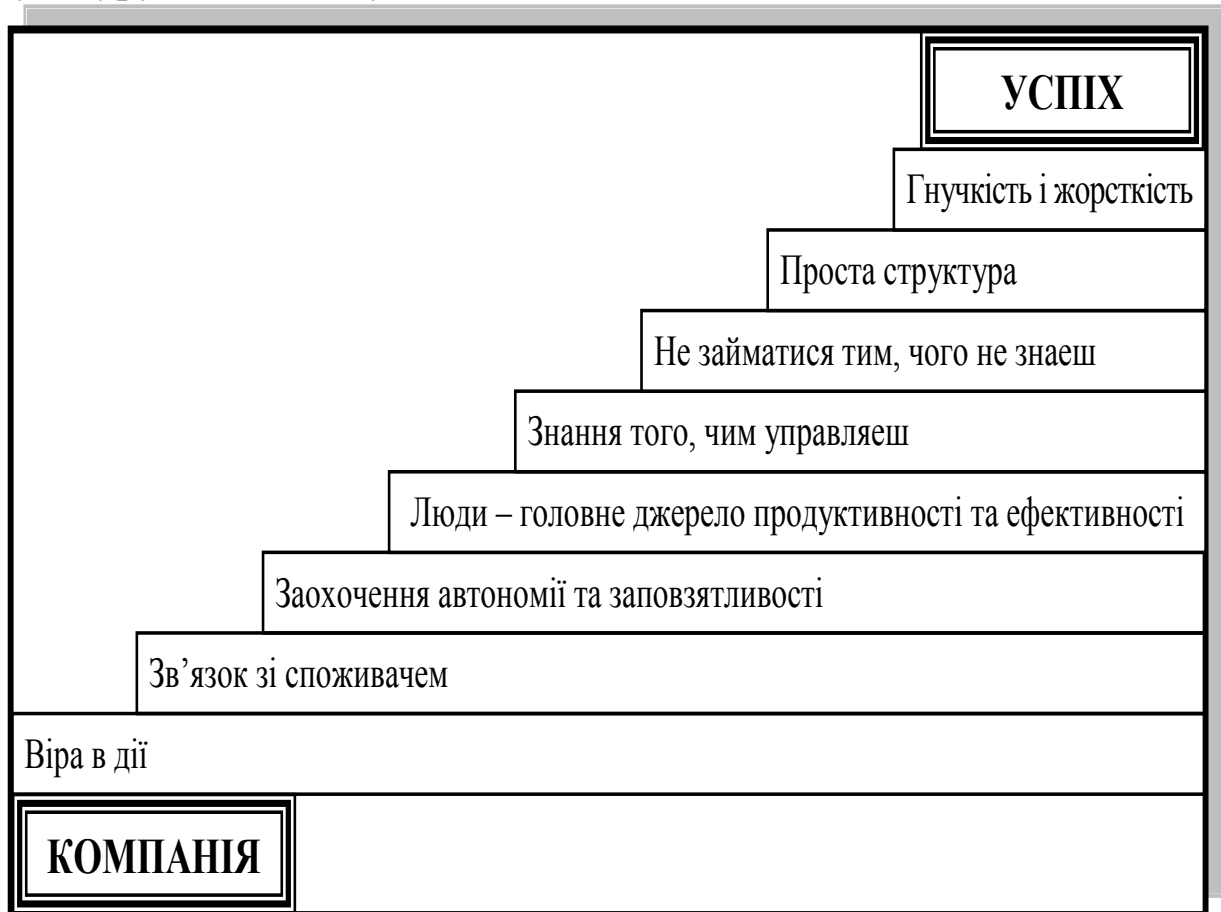


Рис. 1. Модель зв'язку корпоративної культури з успіхом організації Пітерса-Уотермана

Якщо все-таки діагностика показує, що корпоративна культура є гальмом в реалізації стратегії, необхідно серйозно займатися організаційними змінами: роз'яснювати і за будь-якої слушної нагоди

нагадувати працівникам про цінності компанії; оцінювати і відповідно стимулювати «правильну» поведінку співробітників [3, с. 38-39].

Корпоративну культуру можна визначити як сукупність думок, еталонів, поведінки, настроїв, символів, відносин та способів ведення бізнесу, характерним при цьому є те, що остання майже не отримує нормативного закріплення в законодавстві і базується швидше на моральних якостях суб'єктів господарювання та на культурному рівні працівників підприємства. Стосовно різних видів корпоративної культури можна ствержувати, що вони є відображенням відносин між різними групами економічних агентів всередині не лише корпорації, організацій, а й галузі, і в цілому в державі, та різноманітно впливають на трудову атмосферу в колективі, чим підтверджується тісний взаємозв'язок корпоративної культури мікро-, мезо- і макрорівнів.

Вплив культури на ефективність організації визначається насамперед її відповідністю загальній стратегії організації. Вважається, що вирішення проблеми несумісності стратегії й культури в організації може відбуватись за чотирма сценаріями: перший – ігнорується культура, яка серйозно перешкоджає ефективному втіленню в життя обраної стратегії; другий – система управління підбудовується під існуючу в організації культуру; цей підхід будується на визнанні наявних бар'єрів, створюваних культурою для виконання бажаної стратегії, і виробленню альтернатив по «оминанню» цих перешкод без внесення серйозних змін у саму стратегію; третій – робляться спроби змінити культуру таким чином, щоб вона відповідала обраній стратегії. Це найбільш складний підхід, що займає багато часу й вимагає значних ресурсів. Однак бувають такі ситуації, коли він може бути головним для досягнення довгострокового успіху фірми; четвертий – змінюється стратегія з метою її підстроювання під існуючу культуру. В результаті проведених досліджень зроблені висновки, що корпоративні цінності завжди передбачають балансування між можливостями і спроможностями, з одного боку, і запланованим, необхідним за умов господарювання — з іншого. При прийнятті рішень завжди робити те, що треба, тобто ухвалювати рішення відповідно до цінностей. Як найостанніший аргумент використовувати звільнення, особливо якщо мова йде про саботажі нової стратегії[4,5,6].

В результаті критичного аналізу наукової літератури з питання забезпечення корпоративної культури в управлінні соціально-трудовими відносинами та проведених досліджень пропонуємо таке бачення стратегічного моделювання формуванням корпоративної культури, що зображено на рисунку 2.

ВИМОГИ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

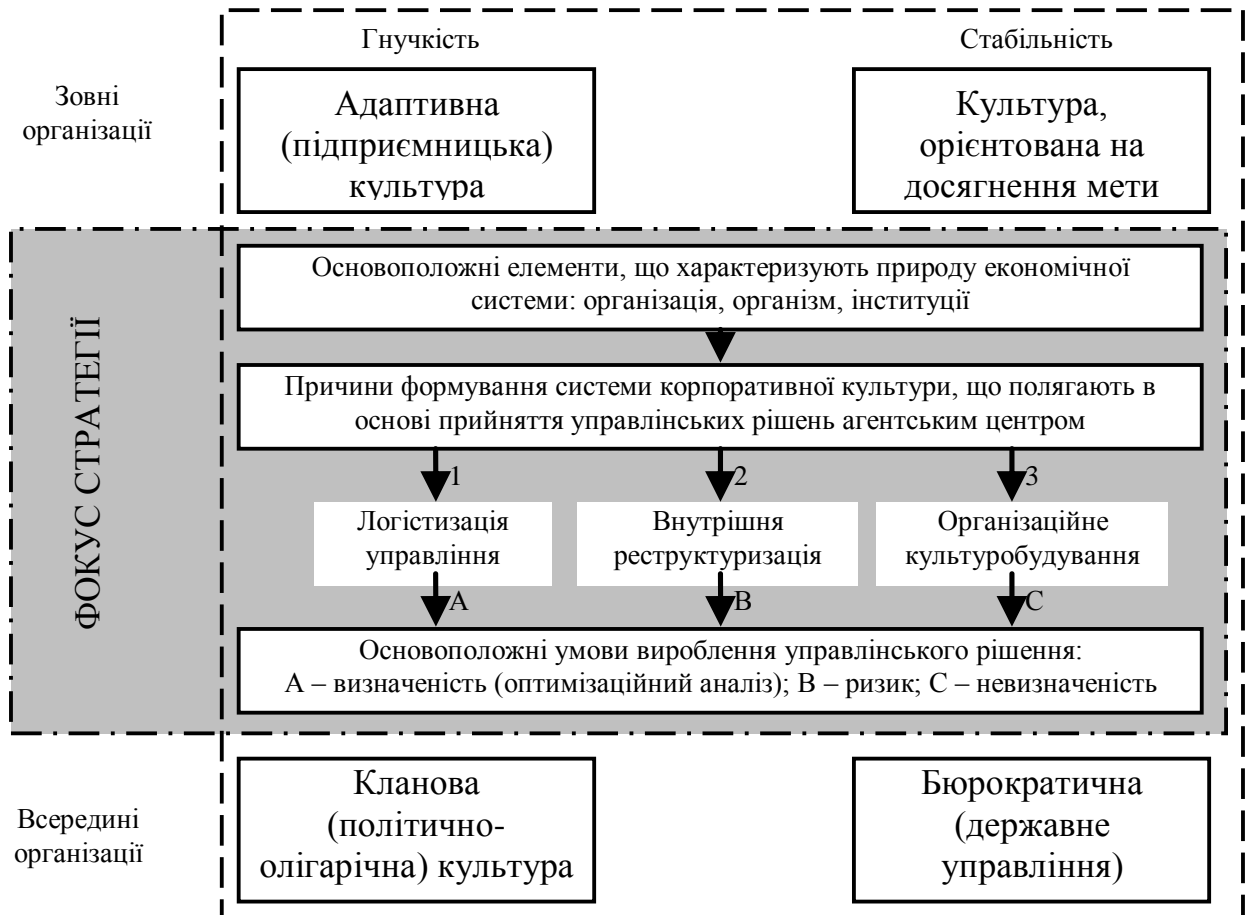


Рис. 2. Стратегічне моделювання корпоративної культури в Україні (розроблено автором)

З рисунку 2 видно, що кланова (політично-олігархічна) культура пов'язана з бюрократичною (державне управління) культурою різного виду зв'язками. З метою посилення опору змінам, що намагаються нести адаптивна (підприємницька) культура і стабільна суспільно-національна культура, орієнтована «на досягнення мети», вищезгаданий «дуєт» культур створює трирівневий захисний бар'єр у вигляді формалізованого підходу до вироблення управлінського рішення, що суспільство називає «відсутністю політичної волі». На нашу думку, саме формалізація і відкритість вироблення управлінського рішення і має стати фокусом стратегічного

моделювання корпоративної культури, а саме через законодавчі акти, недержавні громадські організації і об'єднання підприємців і споживачів. В результаті проведених досліджень дійшли висновку, що стратегічне моделювання корпоративної культури краще здійснювати за правилами ділових ігор. При визначенні гри в нормальній формі передбачалося, що на момент вибору стратегій гравці мають повну інформацію про вид функцій (матриці – корпоративної культури) виграшу інших гравців (колективу підприємства) [7, с. 76-80].

Побудова якісної корпоративної культури має власну специфіку і власні особливості. В умовах фінансової кризи формування корпоративної культури особливо важливе. Більше того, у такій ситуації правильно побудована корпоративна культура може відіграти вирішальну роль у житті компанії. Якщо колектив відчуває себе спільнотою, якщо все це підкріплено правилами функціонування культури, то люди, і працівники і керівники, об'єднуючись, можуть гідно протистояти скруті і намагатимуться в її рамках досягти максимально позитивних результатів у роботі. Адаже вони розумітимуть, що їх компанія і є їхнє майбутнє. При цьому репутація, імідж, міфи і легенди, що створюються спеціально PR-відділами, або неформально виникають у суспільстві (інколи достатньо лише однієї чутки для того, щоб команда або навіть компанія вщент розвалилася) не завжди співпадають, що, з одного боку, свідчить про недостатньо якісну роботу фахівців PR-відділів, з другого боку, свідчить про потужний зовнішній вплив держави на соціально-економічне становище, що пригнічує загально суспільну атмосферу, створює більш негативний вплив на організацію через більшу довіру зовнішнім джерелам ніж власному розумінню. В основі такої позиції, на нашу думку, є національна культура. Досліджуючи вплив характеру українців на формування корпоративної культури, варто враховувати, що для нашого народу характерне надання пріоритету не формальному розуму, а нормам морального життя суспільства, що базуються на принципах індивідуальності й людяності, гармонії з природою. У національному характері українців, ментальності, вкорінена низка рис, пов'язаних із властивим для значної частини населення економічним нігілізмом. За твердженням В. Соловйова, «Царина матеріальних відносин (найбільшим чином економічних) має право на те, щоб стати предметом моральної дії людини...» [8, с. 704].

Ця думка підтверджується широким розвитком корпоративної культури в межах акціонерних секторів різних країн.

Висновки і перспективи подальших розробок. У роботі встановлено, що додатковий вплив на структуру й розвиток корпоративної культури підприємства має сукупність чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, які можуть суттєво її змінювати. Постійна адаптація до умов зовнішнього середовища та чинників його впливу зумовлює динамічність складових корпоративної культури підприємства. На підставі дослідження наукових джерел, проведення дослідження діяльності господарюючих суб'єктів визначено й обґрунтовано способи і ролі стратегічного моделювання як способу підвищення дієвості корпоративної культури. Крім того, на розвиток корпоративної культури впливають також економічні, політичні та ідеологічні передумови, проте, їх вплив, швидше, простежується в зовнішніх проявах корпоративних цінностей. визначено та обґрунтовано першочергові заходи, пріоритетні завдання та напрями удосконалення механізму формування корпоративної культури на підприємствах шляхом: виявлення базових елементів корпоративної культури; визначення організаційних заходів забезпечення її розвитку; формування основних напрямів, цілей та стратегії оновлення корпоративної культури на підприємстві. Для покращення формування корпоративної культури на підприємстві пропонується створення спеціальних корпоративних кодексів, проведення корпоративних заходів різного характеру, які дозволять згуртувати колектив і сформувати у співробітників почуття прихильності до свого підприємства; залучення зовнішніх консультантів, експертів, які розробляють програми по вдосконаленню корпоративної культури стосовно конкретної організації.

Література

1. Рудинская Е. В. Корпоративный менеджмент / Е. В. Рудинская, С. А. Яромич. – К.: КНТ Эльга-Н, 2008. – 416 с.
2. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство: построение, эволюция, совершенствование / [Э.Х. Шейн; пер. с англ. под ред В.А. Спивака]. – Санкт-Петербург: Питер, 2002. – 360с.
3. Синицька О. І. Формування корпоративної культури в

соціально-економічних системах / О.І. Синицька // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький: ХНУ, 2010. – №6, Т.2. – С.35–41.

4. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ [Майкл Е.Портер; пер. с англ.]. М.: Альпина Бизнес. Букс, 2005. – 454 с.

5. Deal T. E., Kennedy A. E. Corporate culture: The rites and rituals of corporate life. Reading / Т. Е. Deal, А. Е. Kennedy. MA: Addison-Wesley, 1982.

6. DiMaggio P. Culture and Economy // N.Spelmer, R. Swedberg (eds.). – The Handbook of Economic Sociology. Princeton: Princeton University Press, 1994. – P. 27–57.

7. Синицька О.І. Теорія ігор у стратегічному моделюванні корпоративної культури економічної системи / О.І. Синицька // Стратегії інноваційного розвитку економіки: проблеми, перспективи, ефективність: Матеріали ХХХ міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 4-5 жовтня 2013 року) / Громадська організація «Львівська економічна фундація». У 2-х частинах. Ч.2 – Львів: ЛЕФ, 2013.– С.76–80.

8. Соловьев В. С. Критика отвлеченных начал / В. С. Соловьев; Сочинения в 2 т. Т.1. – М.: Мысль, 1988. – С.691–709.

1. Rudy`nskaya E. V. Korporaty`vnyj menedzhment / E. V. Rudy`nskaya, S. A. Yaromy`ch. – К.: KNT Эл`ga-N, 2008. – 416 s.

2. Shejn Э. X. Organy`zacy`onnaya kul`tura y` ly`derstvo: postroyeny`e, эволюцы`я, sovershenstvovany`e / [Э.Х. Shejn; per. s angl. pod red V.A. Spy`vaka]. – Sankt-Peterburg: Py`ter, 2002. – 360s.

3. Sy`ny`cz`ka O. I. Formuvannya korporaty`vnoyi kul`tury` v social`no-ekonomichny`x sy`stex / O.I. Sy`ny`cz`ka // Visny`k Xmel`ny`cz`kogo nacional`nogo universy`tetu. – Xmel`ny`cz`ky`j: XNU, 2010. – #6, Т.2. – С.35–41.

4. Porter M. Konkurentnaya strategy`ya: Metody`ka analy`za otraslej y` konkurentov/ [Majkl E.Porter; per. s angl.]. М.: Ал`пы`на Бу`знес. Букс, 2005. – 454 с.

7. Sy`ny`cz`ka O.I. Teoriya igor u strategichnomu modelyuvanni korporaty`vnoyi kul`tury` ekonomichnoyi sy`stemy` / O.I. Sy`ny`cz`ka // Strategiyi innovacijnogo rozvy`tku ekonomiky`: problemy`, perspekty`vy` ,

efekty`vnist`: Materialy` XXX mizhnarodnoyi naukovoprakty`chnoyi konferenciyi (L`viv, 4-5 zhovtnya 2013 roku) / Gromads`ka organizaciya «L`vivs`ka ekonomichna fundaciya». U 2-x chasty`nax. Ch.2 – L`viv: LEF, 2013.– S.76–80.

8. Solov`ev V. S. Kry`ty`ka otvlechenных nachal / V. S. Solov`ev; Sochy`neny`ya v 2 t. T.1. – M.: Mysl`, 1988. – С.691–709.

Рецензент: Сіденко С., д.е.н., професор, зав. кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу Інституту міжнародних відносин Національного авіаційного університету

30.03.2015

УДК 330.117:332.012.32.008.8

Солодаренко Марина

СУТНІСНО-ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ КАТЕГОРІЇ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО

В статті досліджено сутнісно-теоретичні підходи до розуміння категорії державно-приватне партнерство. Акцентовано увагу на різноманітності наукових поглядів: наводиться розуміння державно-приватного партнерства з позиції наукових здобутків окремих дослідників, в контексті вузького та широкого трактування категорії. Розглянуто регламентацію державно-приватного партнерства з позиції вітчизняного законодавства та в розрізі положень світових організацій. Виділено загальні властивості державно-приватного партнерства. Запропоновано авторське визначення категорії державно-приватне партнерство.

Ключові слова: державно-приватне партнерство, співробітництво, приватний сектор, держава, взаємодія, партнери, інтереси.

Солодаренко Марина

СУЩНОСТНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ КАТЕГОРИИ ГОСУДАРСТВЕННО- ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО

В статье исследованы сущностно-теоретические подходы к пониманию категории государственно-частное партнерство. Акцентируется внимание на разнообразии научных взглядов: приводится понимание государственно-частного партнерства с