

Висновки

Для потреб підприємств середнього та малого бізнесу найкраще адаптована SPACE-методика, яка дає змогу оцінювати чинники зовнішнього та внутрішнього середовища і розробляти різні сценарії стратегічної поведінки у конкурентному просторі.

Перспективи подальших досліджень

Подальші дослідження будуть спрямовані на розроблення нових методик стратегічного аналізу з адаптацією до умов функціонування вітчизняних підприємств. Необхідно розглянути можливі напрями діагностики маркетингового середовища та вибору оптимальних стратегій розвитку промислових підприємств.

1. Біловодська О., Нагорний Є. *Стратегічне маркетингове управління виведенням нового товару на ринок // Маркетинг в Україні. 2006. – №3. – С. 47–56.* 2. Гайдаєнко Г.А. *Маркетинговое управление. М., 2006. – 496 с.* 3. Дей Д. *Стратегический маркетинг. М., 2003. 640 с.* 4. Джентер П., Хасси Д. *Анализ сильных и слабых сторон компании: определение стратегических возможностей. М., 2003. – 368 с.* 5. Кіндрацька Г.І. *Стратегічний менеджмент. К., 2006. –366 с.* 6. *Количественные методы анализа в маркетинге / Под ред. Т.П. Данько СПб., 2005. –384 с.* 7. Мак Дональд М. *Стратегическое планирование маркетинга. СПб., 2000. 320 с.* 8. *Матрица стратегического положения и оценки действий SPACE // www.consultant.ru.* 9. Минцберг Г. *Школы стратегий. СПб., 2000. –320 с.* 10. *SWOT-анализ – основа формування маркетингових стратегій / За ред. Л.В. Балабанової. К., 2005. – 301 с.* 11. Рядченко К.І. *Стратегічний аналіз у бізнесі. Львів, 2005. – 272с.* 12. *Brainbench's 2006 Global Skills Report // www.Brainbench.com / static/pdf/globalskills/ Brainbench Global Skills Report 2006.pdf.* 13. *СММІ Certified companies, http://seir.sei.stu.edu / pars/pars list iframe.asp.* 14. *Global ITO and BPO trends in 2006 // www.neoit.com / pdfs/whitepapers / Olv 3i11 1205 Trend – 2006.pdf.* 15. *Market – Visio / Gartner and Techninvest research of Ukrainian Export Software Market report, http://www.russoft.org / andlytics/ market survey 2006.*

УДК 332.172.15

Г.М. Захарчин

Національний університет “Львівська політехніка”,
кафедра менеджменту організацій

ВПЛИВ ГОСПОДАРСЬКОГО МЕНТАЛІТЕТУ НА ФОРМУВАННЯ Й РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ

© Захарчин Г.М., 2007

Висвітлено особливості формування і розвитку корпоративної культури із урахуванням впливу господарського менталітету. Охарактеризовано структуру господарського менталітету і розкрито причинно-наслідковий зв'язок між модусами господарської поведінки і корпоративною культурою. Підкреслено особливу роль господарських ментальних настанов у системі взаємовідносин організації.

Ключові слова: господарський менталітет, ментальні настанови, господарські модуси поведінки, корпоративна культура, структура, цінності, функції.

The features of forming and development of corporate culture are reflected with consideration of influencing of economic mentality. The structure of economic mentality is described and consequences communication is exposed between modous of economic conduct and corporate culture. The special role of economic mental options is underlined in the system of mutual relations of organization and its management.

Key words: economic mentality, mental options, economic modusa of conduct, corporate culture, structure, values, functions.

Постановка проблеми

Сучасні трансформаційні процеси в економіці змінюють традиційні уявлення про підходи до механізму управління організаціями. В умовах сьогодення формування стратегічних конкурентних

переваг відбувається через підвищення ефективності системи управління із урахуванням фактора корпоративної культури. Корпоративна культура стає внутрішнім джерелом організаційних змін і тонкоплановим інструментом управління підприємством.

Оскільки корпоративна культура є продуктом взаємодії зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, то для реальних практичних рекомендацій щодо управління процесом її формування і розвитку необхідно систематизувати фактори впливу на неї із подальшим дослідженням тенденції такого впливу.

Задача систематизації факторів формування корпоративної культури вимагає виділення серед них тих, які мають пріоритетне значення з огляду на цінності і глибину впливу.

Незважаючи на очевидний вплив багатьох факторів (тенденції глобалізації, комп'ютеризація і віртуальні технології; політичні події; соціокультурні процеси) на розвиток корпоративної культури, в сучасних умовах істотну роль відіграють національні особливості управління через специфіку національного господарського менталітету. Корпоративну культуру можна зрозуміти тільки через спосіб буття народу, через відповідні модуси господарської поведінки, які можуть або гальмувати розвиток культури організації, або, навпаки, бути потужним стимулятором й джерелом зміцнення її позицій.

З огляду на це, у статті досліджується проблема впливу національних факторів, зокрема, національного господарського менталітету, на управління корпоративною культурою організації.

Актуальність окресленої проблематики випливає також із кризового стану сучасних економічних механізмів стимулювання підприємств для ефективного господарювання та підвищення їхньої ділової активності. У цьому контексті корпоративній культурі, як внутрішньому джерелу саморозвитку організації, відводиться значна роль.

Аналіз останніх досліджень і результатів

Проблематика, пов'язана із корпоративною культурою, є предметом дослідження вчених багатьох сфер науки: філософії, психології, економічних наук, культурології, соціології тощо, що свідчить про її феноменальну сутність як багатоаспектного явища. У фундаментальних працях вітчизняних і зарубіжних науковців (С. Шейн, Т. Пітерс, Ф. Херцберг, Радугін А.А., Жовнір Н.М., Г.Л. Хаєт, В.О. Співак, Ч. Хенді та інші) висвітлюються загальні питання змісту й структури корпоративної культури, її рівнів, типів і моделей. Деякі дослідники акцентують увагу на конкретних питаннях, пов'язаних із: функціональним аналізом корпоративної культури та її концепціями [1]; впливом корпоративної культури на інноваційний розвиток організації [2]; впливом корпоративної культури на трудовий персонал і мотиваційні аспекти праці та саму технологію корпоративної культури [4, 6]. Незважаючи на доволі широке поле досліджень цієї проблематики, і досі, як в теорії, так і на практиці, постає низка питань щодо стрижневих елементів корпоративної культури, які мають засадниче значення для вивчення тенденцій зміни і її розвитку в умовах глобалізації. У поле дослідників не потрапляють питання, пов'язані із вивченням впливу на формування й розвиток корпоративної культури такого фактора, як господарський менталітет.

Постановка цілей

Метою цієї статті є виявлення особливостей управління корпоративною культурою організації із урахуванням впливу господарського менталітету на її формування і розвиток.

Відповідно до мети основними завданнями статті є:

- по-перше, з'ясувати специфіку господарського менталітету;
- по-друге, відобразити вплив модусів господарської поведінки на формування корпоративної культури;
- по-третє, розкрити причинно-наслідковий зв'язок між категоріями господарського менталітету і корпоративною культурою.

Виклад основного матеріалу

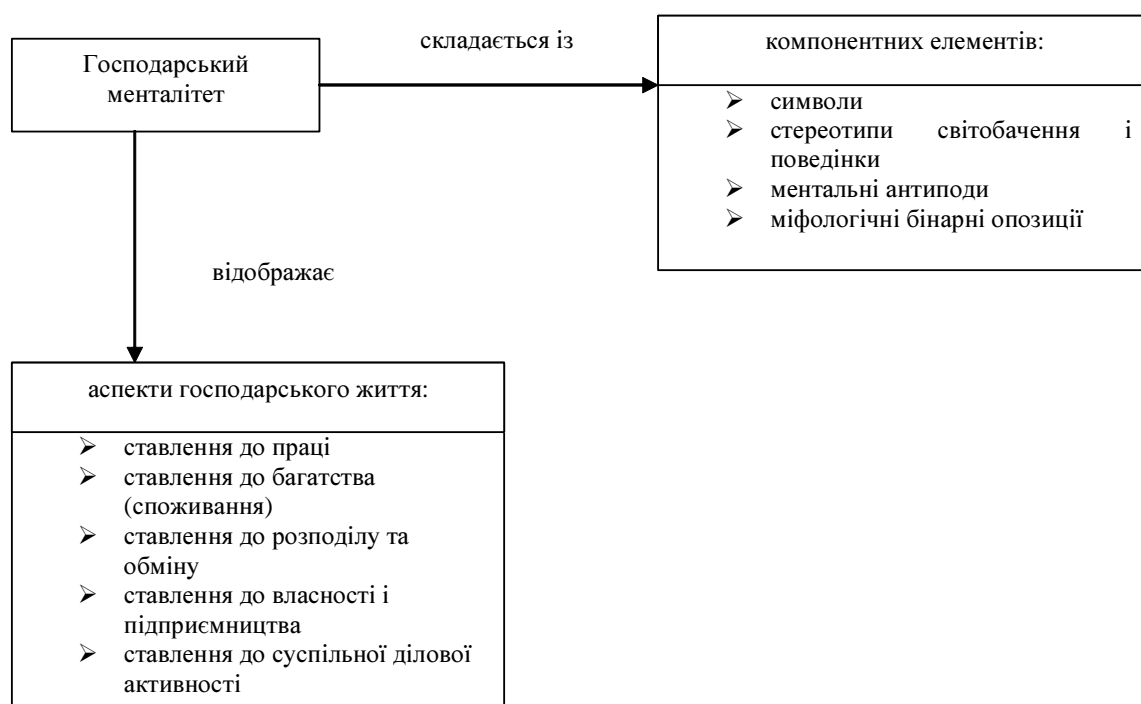
Трансформаційні процеси в економіці здійснюються людьми, які мають свою систему цінностей, правил і норм поведінки, традицій і моделей господарювання, об'єднаних поняттям корпоративної культури. Корпоративна культура належить до складних матеріально-духовних

феноменів, вивчення яких стикається із низкою проблем, що передбачають оцінку впливу факторів на формування й розвиток корпоративної культури. Незважаючи на те, що будь-який фактор, зовнішнього чи внутрішнього характеру відіграє свою визначену роль у формуванні середовища для розвитку корпоративної культури, сьогодні істотне значення має національна господарська ментальність.

Національний менталітет є важливим чинником і, водночас, засадничою категорією у формуванні корпоративної культури. Розкриття взаємозв'язку цих категорій, які охоплюють глибинно-психологічні підвалини існування суспільства загалом, необхідно розпочати із визначення самого поняття “господарський менталітет”. У наукових джерелах господарський менталітет трактується як “певна підсистема колективного підсвідомого, що відображає модуси й форми сприйняття і поведінки великих суспільних груп: символів, стереотипів та ментальних антиподів, які певним чином обумовлюють ціннісні орієнтації у відношенні до економічної діяльності” [3].

Отже, господарський менталітет відбиває глибинні суспільно-психологічні передумови особливостей, характерних для економічної поведінки різних спільнот у різні історичні епохи. Наочна характеристика господарського менталітету відображена на рисунку.

Відображені на рисунку компонентні елементи відображають сутність структури господарського менталітету, яка характеризується своєю впорядкованістю і сталістю і яка, безперечно, віддзеркалюється і має продовження в корпоративній культурі організації. Ці ментальні настанови впливають на систему цінностей, а, відтак, на систему взаємовідносин в організації та поведінкові ролі її персоналу. Вплив господарського менталітету на корпоративну культуру простежується через закладені в ньому модуси господарської поведінки, які проявляються у ставленні до праці, до розподілу, обміну та споживання, до власності й підприємництва та суспільної ділової активності загалом.



Характеристика господарського менталітету

Вплив господарського менталітету на формування і розвиток корпоративної культури має не фрагментально-епізодичний характер, а є складним процесом трансформації ментальних настанов у

систему корпоративних відносин і корпоративне середовище. Загальна схема взаємозв'язку господарського менталітету і корпоративної культури подана у таблиці.

Аналізуючи споріднені ознаки (функції, структура, рівні, підсистеми та мотивація), які наведені в таблиці, приходимо до висновку, що є сенс розглядати в одному ключі господарський менталітет і корпоративну культуру організації. Обидва явища мають низку спільних функцій: комунікативна, мотиваційна, інтегруюча, просвітницько-виховна (світоорієнтовальна), економічна.

Комунікативна функція забезпечує зв'язок із іншими культурами через подібні базові установки, цінності, а також зв'язок із зовнішнім середовищем організації. Роль просвітницько-виховної функції зводиться до плекання морально-етичних, економічних, інноваційних норм та орієнтирів поведінки. Мотиваційна функція заохочує до активної діяльності, стимулює розвиток ініціативи й гармонії у взаємовідносинах персоналу організацій. Завдяки інтегративній функції узгоджуються інтереси всіх рівнів організації та її працівників, у яких розвивається відчуття цілісної єдності з організацією.

Економічна функція сприяє посиленню свободи в діях усіх працівників організації, оскільки виховує у них почуття співучасників діяльності та всіх процесів і, як наслідок, прагнення до високої самореалізації. Відчуття свободи і висока самоорганізація, яка дає змогу ефективно використовувати свободу для реалізації цілей організації, в перспективі приведуть до відмирання в системі управління функції контролю. Власне, завдяки корпоративній культурі, її цінностям і етичним настановам, значно зросте рівень внутрішньої свідомості працівників і їх почуття відповідальності, тому функція контролю втратить свою роль.

Взаємозв'язок господарського менталітету і корпоративної культури

| Споріднені ознаки | Господарський менталітет | Корпоративна культура |
|------------------------|---|---|
| 1. Функції | Комунікативна Мотиваційна Ідентифікаційно - інтегративна Світоорієнтовальна (квазіпізнавальна) Виховна Економічна | Комунікативна Мотиваційна інтегруюча Просвітницько-виховна Стабілізуюча Економічна Інші |
| 2. Структура | Стереотипи Міфічні конструкції Ментальні настанови Символи | Стереотипи Міфи Символи Цінності Переконання |
| 3. Рівні | Архаїчно-культурний Соціальної практики Ціннісно-нормативний | Поверхневий Підповерхневий Глибинний |
| 4. Підсистеми | Модус мислення Модус господарської поведінки | Інструментальна Символічна |
| 5. Мотиваційні аспекти | Характеризує емоційно-підсвідомі аспекти людської мотивації | Характеризує усвідомлене прагнення до реального задоволення потреб вищого ієрархічного рівня |

Спільною ознакою є структура, яка може бути відображена у вигляді конструкцій чи сукупності певних елементів, що мають різні структурні виміри. Структура господарського менталітету і корпоративної культури включає стереотипи, символи, цінності, міфічні конструкції, переконання тощо. У своїй цілісності вони формують певну господарсько-ментальну парадигму.

Залежно від національної специфіки можуть бути різні прояви господарської ментальності стосовно ставлення до праці, зокрема: “працьовитість – утриманство, лінивість”, “систематичність – хаотичність”, “розміреність – авантюризм” тощо.

У ставленні до праці українців домінуючими характеристиками є: свідомо праця, відповідальність за наслідки якої кожен працівник усвідомлює; “зріднена” (за Г. Сковородою) праця, тобто та, яка відповідає природним схильностям людини; вільна, незалежна праця, яка вносить гармонію в життя людини. Зазначені ментальні настанови повинні враховуватися у виборі управлінських дій менеджерів і в системі мотивації праці.

Іншою істотною рисою українського господарського менталітету є індивідуалізм.

Індивідуалізм українця протистоїть стадності, але його відданість улюбленій справі спонукає знаходити спільників і однодумців. Звідси потяг українця до різних спілок, громад, артільей тощо, тобто поєднання індивідуалізму із колективною працею, що обов’язково ґрунтується на засадах добровільності.

Отже, український господарський менталітет сприяє вільній і творчій праці, тому в корпоративній культурі і в системі менеджменту мають переважати творчі, інноваційні ноти, а не строга авторитарна обмеженість, що сковує ініціативу.

Господарська ментальність репрезентується у вигляді характеристик, які віддзеркалюють специфічне сприйняття і ціннісне ставлення до важливих аспектів економічного життя, створюючи цілісне бачення світу, що зумовлює модуси господарської поведінки.

Трансформація модусів у структурні компоненти корпоративної культури відбувається поступово, із урахуванням національних особливостей. І тільки на основі базових відносин в організації створюється інституціональне поле корпоративної культури і формується адекватна модель управління.

Вплив господарського менталітету на формування і розвиток корпоративної культури відбивається в стилі управлінських процедур стосовно: використання часу; критеріїв підбору персоналу; прийняття рішення (спільне, одноосібне); використання інформації та її доступність; вільнодумства; ставлення до влади; побудови структури управління; системи стимулів і санкцій.

Ступінь усвідомлення ментальних символів, стереотипів і настанов дає змогу виділити декілька рівнів, притаманних корпоративній культурі: поверхневий (зовнішній), підповерхневий (аксіологічний) і глибинний (характеризує базові уявлення, віру, поведінку тощо). Зазначеним рівням відповідають певні рівні господарського менталітету: ієрархічно-культурний, що ґрунтується на архетипах, репрезентованих самими символами й стереотипами; рівень соціальної практики, де відбувається засвоєння ментальних категорій; ціннісно-нормативний рівень, який наближує ментальність до світогляду.

Корпоративна культура через модуси господарської поведінки стимулює розвиток ділової активності завдяки духовній складовій, яка домінує у світосприйнятті і життєдіяльності організацій.

Висновки

На ефективність формування і розвитку корпоративної культури відчутно впливає специфіка господарського менталітету. Зазначений фактор має умовно-стабільне значення для відповідної географічної території, однорідної за національним складом, тому можна відстежувати національні особливості господарського менталітету. Ментальні засади господарювання, відображаючи ставлення до головних економічних категорій, впливають на систему цінностей і, як наслідок, на формування й розвиток корпоративної культури. Господарські модуси є тими імпульсами, які визначають поведінку і взаємовідносини всередині організації, а також спосіб вирішування управлінських проблем. Господарський менталітет, як і корпоративна культура, можуть змінюватися під впливом зовнішніх чинників, однак закладені на підсвідомому рівні архетипи, що відображають ставлення до праці, власності і порядку, залишаються незмінними і саме завдяки їм можна розвивати корпоративну культуру як технологію інноваційного менеджменту.

Перспективи подальших досліджень

Подальші дослідження варто вести в напрямку розроблення методик, на основі якої можна об’єктивно оцінювати вплив багатьох факторів на розвиток корпоративної культури в умовах глобалізації. Для цього доцільно працювати над аналітичним інструментарієм та критеріями оцінки

ефективності корпоративної культури. Споріднені ознаки господарського менталітету і корпоративної культури варто використати для побудови багатофакторної моделі розвитку корпоративної культури .

1. Богатырев М. *Организационная культура предприятия // Проблемы теории и практики управления* – 2005. – №1 – С.104–111. 2. Жовнір Н.М. *Управління організаційною і інноваційною культурою в системі регіонального розвитку // Економіка і регіон* – 2004. – №1(2) – С.45–47. 3. Зибцев В.М., Попов В.Ю. *Господарський менталітет України: теорія, історія та сучасний стан.* – Донецьк: НОРД-ПРЕСС, 2005. – 176 с. 4. Камерон К., Куинн Р. *Диагностика и измерение организационной культуры / Пер. с. Англ. – СПб.: Питер, 2001. – 320 с.* 5. Пилитенко В.Є. *Людина в ринковому суспільстві: орієнтації, поведінка, культура* – К.: ПУ “Фоліант”, 2005. – 224 с. 6. Тодорова О. *Формализация элементов корпоративной культуры // Новый персонал.* – 2005. – №11. – С.39–43.

УДК 338.9+658

З.С. Каїра, О.В. Іванова

Донецький державний університет управління
кафедра інноваційного менеджменту та управління проектами

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

© Каїра З.С., Іванова О.В., 2007

Формування механізму державного регулювання розвитку малого підприємництва; розроблення оцінки інноваційних проектів з урахуванням їхньої пріоритетності; запропонована процедура експертної оцінки проектів та програм дає змогу розробити науково обґрунтований підхід до виявлення черговості інвестування проектів малого бізнесу.

Ключові слова: держава, регулювання, управління, програма, критерій, оцінювання, підприємство, малий бізнес, обґрунтування, пріоритет.

The formation of mechanism for public administration for development small and medium entrepreneurship; development the innovation projects' assessment on the base of their priority; a procedure suggested for expert evaluation of innovation projects and programs makes an ability to develop a science-based approach to discover the queue for SME projects' investment .

Key words: state, regulation, management, program, criterion, evaluation, enterprise, small business, substantiation, priority.

Постановка проблеми

Система державної підтримки малого і середнього бізнесу в Україні потребує удосконалення. Уряд має забезпечити розбудову системного комплексного механізму державного регулювання її підтримки сталого розвитку і діяльності малого підприємництва.

Відсутність дієвої державної підтримки є основною причиною гальмування розбудови сектора малого і середнього бізнесу – за період 2000–2003 рр. його питома вага у ВВП підвищилася лише на 0,9 відсотка, а його вплив на стабілізацію та прискорення економічних процесів у державі залишається мінімальним, тому чинна законодавча база державної підтримки малого підприємництва потребує формування досконалішого механізму об'єктивної оцінки удосконалення відбирання інноваційних проектів малого підприємництва.