

УДК 351.84

*І. С. Семененко,*здобувач кафедри політології та філософії ХарПІ НАДУ,
м. Харків.

КОРПОРАТИВНІ ЦІННОСТІ ТА ЇХ СПЕЦИФІКА В УМОВАХ СУЧАСНОГО ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Розглянуто поняття «корпоративні цінності». Досліджено специфічні властивості корпоративних цінностей в умовах сучасного публічного управління.

Ключові слова: публічне управління, корпоративні цінності, корпорація, культура, менеджмент.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Трансформаційні процеси, які протягом останніх років відбуваються в Україні, зумовлюють суттєве зростання уваги до цінностей сучасного публічного управління. Важливість реформування системи публічного управління призводить до теоретичних і практичних розробок у цьому напрямку. Одним із найважливіших моментів, що відповідає вимогам нинішнього часу, є структуризація наукових знань у розрізі цінностей як основи організаційної культури публічного управління. Дослідження даної проблеми були більш спрямовані на інтереси та запити бізнесу та великих транснаціональних корпорацій. Слід зазначити, що теоретичних і практичних досліджень організаційно-культурної складової, а також відповідних сучасних корпоративних цінностей відносно публічного управління на сьогоднішній день вкрай мало, що й обумовлює вибір даної проблематики.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні питання визначення організаційної культури було розкрито у роботах М. Вебера, У. Тейлора, О. Богдановим та ін. Теоретичні проблеми організаційної культури у сфері бізнесу досліджували М. Амстронг, К. Голд, Д. Мак-Грегор, Д. Мейерсон та ін., а у сфері державного управління – М. Паркер, Д. Осборн та П. Пастрік. Організаційну та корпоративну культуру у сфері публічного управління розглядали крізь призму взаємодії громадянського суспільства з державою такі зарубіжні й вітчизняні науковці, як В. Авер'янов, В. Бабаєв, С. Гайдученко, Т. Маматова, Н. Нижник,

О. Оболенський, Л. Пашко, О. Руденко, Е. Сергієнко, Н. Царенко та ін [1; 2; 5; 6; 9; 12].

Мета статті – визначити поняття «корпоративні цінності» та їх специфічні властивості в умовах сучасного публічного управління.

Виклад основного матеріалу. У науковій літературі налічується більше ста дефініцій поняття «цінність», що пояснюється як багатозначністю даного феномена, так і різноманітністю підходів до вивчення ціннісної проблематики. Початкові уявлення про цінності склалися ще у філософії найдавніших цивілізацій, античності й середньовіччя, пізніше до них зверталися багато видатних мислителів. При розгляді цінностей як однієї з найважливіших філософських категорій найбільш часто згадується ім'я представника німецької філософської думки епохи Просвітництва І. Канта. І хоча у філософських поглядах І. Канта відсутнє системне виклад теорії цінностей, висока моральність індивіда розглядається філософом як основа для докорінної зміни свідомості [3].

Німецький соціолог М. Вебер визначав цінність як установку тієї чи іншої історичної епохи, як властивий їй напрямок інтересу. Представники західної соціології (Т. Парсонс, У. Ромас, Ф. Знанецький, Е. Шілз, К. Клакхон, К. Девіс та ін.) вважали цінності найважливішими регуляторами людської поведінки та дії, факторами цілісності, стабільності, інтеграції суспільних систем різних рівнів [5].

Систематизація теоретико-методологічних підходів до змісту категорії «цінність» дозволяє виділити такі групи позицій [7]:

1. Розуміння цінності як об'єктивної властивості речей, закладеної в їх власній природі.
2. Обмеження сфери цінностей виключно громадською свідомістю.

На наш погляд, не слід поділяти існуючі підходи на вірні або невірні, оскільки йдеться про різні описах ціннісної ситуації в рамках єдиної теорії цінностей, поглиблене вивчення різних сторін ціннісної проблематики: кожен з підходів має право на існування.

Аналіз наукової літератури з даної проблематики дозволяє зробити істотний висновок: цінність – це поняття, яке використовується як для позначення

суспільного ідеалу, зразку, так і загально визнаної культурної норми. Система цінностей, переломлюючись крізь призму індивідуальної життєдіяльності, входить у структуру особистості у формі особистісних цінностей. Кожна людина має індивідуальну, специфічну ієрархією особистісних цінностей, яка складається в процесі її життєдіяльності.

Існує багато тлумачень терміна «корпорація» залежно від наукової галузі, яка його розглядає. Так, в економічній теорії корпорація визначається як «широко поширена в розвинених країнах форма організації підприємницької діяльності, що передбачає ділову власність, юридичний статус і зосередження функцій управління в руках верхнього ешелону професійних управляючих (менеджерів), які працюють за наймом». У правовій літературі корпорація розглядається як об'єднання, союз підприємств або окремих підприємців, що є юридичною особою, наділеною правами володіння. У політології під корпорацією розуміється «наявність в політичній сфері стійких утворень, які постійно беруть участь у боротьбі за владу або її утримання» [8].

Корпоративну організацію можна визначити як особливу систему зв'язку між людьми в процесі здійснення ними спільної діяльності. Причому сьогодні корпорації більш не розглядаються як форма примусового одержавлення особистості або напіввійськові спільноти, а як сучасні демократичні інститути.

До публічного управління як особливого виду професійної управлінської діяльності правомірний підхід, який дозволяє розглядати її як корпорацію зі своєю специфікою і механізмами ефективного або неефективного функціонування. Протиріччя між зростанням вимог суспільства до публічного управління і реальним низьким рівнем його організації визначає необхідність системного аналізу й теоретичного обґрунтування інноваційних підходів до оцінки сучасного розвитку корпорації публічного управління.

Статус публічного управлінця передбачає приналежність до особливої корпоративної групи, хоча й складається з представників різних професій, але об'єднаний фактом роботи в публічних установах.

Зі змісту поняття корпорації видно, що суб'єктом інтересу в ній є сама група або вся організація. Тому ступінь включення людини в організацію, успішність або неуспішність процесу його адаптації до організаційного оточення багато в чому залежать від того, наскільки людина засвоїла й прийняла норми та цінності організації. Входячи в організацію, людина стикається з багатьма нормами та цінностями, дізнається про них від колег, з проспектів і навчальних матеріалів. Для того щоб визначити ступінь адаптації, ідентифікації, залучення управлінця в організацію важливо не тільки знати, наскільки він засвоїв і прийняв норми та цінності організації, але й те, які норми та цінності були прийняті людиною, а які ні [12].

Під корпоративними цінностями ми розуміємо соціально значущі предмети, явища і процеси, спрямовані на задоволення потреб членів організації в самозбереженні, самовідтворенні внутрішніх інтересів і структури, які є стратегічними детермінантами поведінки особистості в часі й культурному просторі організації. Сукупність цінностей, яким слідує працівник, становить його ціннісну основу, за якою його оточення судить про те, що він являє собою як особистість. Завдяки своїй ціннісній основі кожен працівник усередині організації в рамках загальної системи цінностей займає індивідуальну ціннісну позицію, ціннісні позиції змінюються в процесі міжособистісної взаємодії та обміну цінностями.

Кожна публічна організація повинна здійснювати свою діяльність відповідно до тих цінностей, які мають істотне значення для її співробітників. Для більш повного розуміння і поділу корпоративних цінностей співробітниками організації важливо не тільки враховувати суспільні ідеали та національні особливості, але й забезпечити різний їх прояв у рамках організації. Поступове прийняття цих цінностей членами публічної організації дозволить домогтися стабільності й великих успіхів в її розвитку.

Корпоративна культура публічного управління стимулює розвиток у чиновників як позитивних, так і негативних особистісних якостей. До позитивних проявів можна віднести почуття підвищеної соціальної відповідальності за свої

дії, перспективне мислення, прагнення до аналізу й обліку якомога більш широкого кола факторів і наслідків прийнятих рішень, енергійність, діловитість і т. п. Але на цій же самій основі виникають і розвиваються бюрократичні деформації професійної свідомості управлінців [6].

Національна культура має значний вплив на національну специфіку управління. Останнім часом в Україні та світі в цілому відбулися кардинальні зміни в умовах функціонування публічного управління, що, у свою чергу, відображає загальні тенденції розвитку всього суспільства. У публічному управлінні відбуваються ті ж зміни, що і в комерційному секторі: змінюються методи управління, поширюються нові соціальні технології, змінюються цілі та пріоритети розвитку, фінансове середовище, з'являються нові способи облаштування суспільного життя, змінюються функції. Особливо яскраво ці процеси проявляються в Україні, де основи багатьох державних установ в останні кілька років встигли дуже сильно змінитися. Це змушує змінюватися базову модель менеджменту в публічних організаціях, де на зміну ієрархічній авторитарній моделі поступово приходить нова більш гнучкіша модель. Не можна сказати, що нова модель менеджменту в публічному управлінні вже сформувалася, проте її основні зміни видно вже сьогодні.

Так, у все більшій кількості конкретних сфер публічного управління потрібні нестандартні рішення постійно виникаючих нових завдань. У цих сферах традиційна модель менеджменту оновлюється, авторитарне управління замінюється менеджментом участі, заснованим на активному залученні виконавців в процесі вироблення і прийняття рішень.

Таким чином, корпоративна культура публічного управління трансформується, переходячи від командно-адміністративних методів до переважно правових.

Перехід менеджменту в публічному управлінні від традиційної бюрократичної, до нової моделі управління, орієнтованої на пошук ефективного вирішення постійно виникаючих проблем, характеризується більшою орієнтацією на цілі, цінності та місію в порівнянні з орієнтацією на правила і процедури,

причому практика формування місії в публічному управлінні (узагальненої мети і концентрованих принципів) постійно зміцнюється. Вагоме значення для вивчення корпоративної культури сучасної публічної організації має формування системи пріоритетних організаційних цінностей.

До переліку організаційних цінностей публічної організації включено наступні соціально значущі корпоративні цінності: професіоналізм; кар'єра; влада; дисципліна; ієрархія; конформізм; особиста ідентифікація з групою; суворе дотримання встановлених правил і процедур; корпоративна етика; престиж і соціальний статус професії публічного управлінця [9].

На нашу думку, корпоративні цінності мають такі специфічні властивості:

- слугують груповою ідентифікацією;
- забезпечують «спільно мислення», де критерієм істинності є згуртована думка групи;
- формують стереотипи, які проявляються в схильності діяти і приймати рішення за однаковими стандартами;
- набувають форми наслідування – відповідності загальним зразкам, стандартам поведінки, прийнятих у групі;
- формують почуття належності до певної групи людей і відповідно почуття відстороненості та розмежування з іншими групами.

Також не менш важливим є аналіз корпоративних цінностей публічного управління з точки зору норм, традицій і правил, що регулюють діяльність і поведінку управлінців. Публічні управлінці утворюють особливу соціальну групу, яка відрізняється низкою особливостей, серед яких – високий рівень організованості (завдяки розвиненості організаційних взаємин і їх інституціоналізації в нормативних документах); високий рівень освіченості; доступ до управлінської інформації; володіння певною владою та ін.

Публічне управління характеризується жорсткими вимогами, які пред'являються до дотримання норм і ролей корпоративної структури. Так, аналіз даних показує, що в даний час головним критерієм оцінки праці, на думку публічних управлінців, є дотримання дисципліни і порядку (45,2 %), що цінується

вище таких критеріїв, як реальна користь для організації (24,7 %) і прояв творчості, ініціативи (30,8 %) [9].

Таким чином, корпоративні цінності публічного управління – це складний комплекс, що включає в себе єдині уявлення основної маси публічних управлінців про своє місце і роль у суспільстві, оцінку своїх можливостей, дій і їх результатів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Проведене дослідження корпоративних цінностей та їх специфіки в умовах сучасного публічного управління дозволяє дійти таких висновків:

1. Корпоративна культура публічного управління трансформується, переходячи від командно-адміністративних методів до переважно правових. Перехід менеджменту в публічному управлінні від традиційної бюрократичної до нової моделі управління, орієнтованої на пошук ефективного вирішення постійно виникаючих проблем, характеризується більшою орієнтацією на цілі, цінності та місію в порівнянні з орієнтацією на правила і процедури.

2. Корпоративні цінності мають такі специфічні властивості: слугують груповою ідентифікацією; забезпечують «спільно мислення»; формують стереотипи, які проявляються в схильності діяти й приймати рішення за однаковими стандартами; набувають форми наслідування – відповідності загальним зразкам, стандартам поведінки, прийнятих у групі; формують почуття належності до певної групи людей і відповідно почуття відстороненості та розмежування з іншими групами.

Список використаних джерел:

1. Амстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. 10-е изд. / пер. с англ. И. Малков. – Санкт-Петербург: Питер, 2012. 852 с.
2. Бабаєв В. М., Шаронова Н. В. Організаційна культура керівника: навч. посіб. для спеціальності «Адміністративний менеджмент». Харків: НТУ «ХПІ», 2005. 260 с.
3. Баюра Д. О. Методологічні підходи до формування корпоративної культури у системі корпоративного управління. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2011. № 4 (12). URL: [http://www.nvisnik.geci.cn.ua/pdf/2011/nv_4\(12\)/024-028.pdf](http://www.nvisnik.geci.cn.ua/pdf/2011/nv_4(12)/024-028.pdf) 4 (дата звернення 17.10.2017).
4. Бутинець Ф. Ф. Світовий бізнес: навч. посіб. Житомир: ПП «Рута», 2004. 498 с.
5. Вебер М. Избранные произведения / пер. с нем.; ред. и сост. Ю. Н. Давыдова. Москва: Прогресс, 1990. 804 с.

6. Гайдученко С. О. Теоретико-методологічні засади формування та розвитку організаційної культури публічного управління: монографія. Харків: Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2016. 437 с.

7. Євтухова Т. І., Легенько Ю. В., Родіонов О. В. та ін. Корпоративна культура: навч. посіб. Київ: [б.в.], 2013. 185 с.

8. Корпоративна культура організацій ХХІ століття: зб. наук. праць / голов. ред. Г. Л. Хаєт; Донбаська держ. машинобудівна академія. Краматорськ: [б.в.], 2004. 100 с.

9. Маматова Т. В., Сергієнко Е. О. Оцінювання організаційної культури як інструмент системи надання якісних послуг органами державного контролю. *Актуальні проблеми державного управління*. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2007. Вип. 2 (28). С. 91–102.

10. Савчук Л., Бурлакова А. Развитие корпоративной культуры в Украине. *Персонал*. 2005. № 5. С. 86–89.

11. Сергієнко Е. О. Організаційна культура в публічному управлінні: термінологічні проблеми. *Ефективність державного управління*. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2009. Вип. 18/19. С. 361–367.

12. Царенко Н. В. Практика дослідження сутності корпоративної культури. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 172 (2). С. 36–39.

Semenenko I. S. Corporate values and their specificity in the conditions of modern public administration.

The concept of "corporate values" is considered. The specific properties of corporate values in the conditions of modern public management are investigated.

Key words: public administration, corporate values, corporation, culture, management.

Надійшла до редколегії 30.11.2017 р.