

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ І ТРАДИЦІЙ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

*Хачатрян А. А., Кайдалова А. В. **

*доцент кафедри менеджменту та адміністрування, к. ф. н.

напряму підготовки «Менеджмент», 4 курс

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

На всіх етапах історичного розвитку України суттєвий вплив на її економічне середовище та економічну культуру мали ті чи інші особливості національного буття, національного характеру суспільної свідомості та психології країни.

Ріст конкуренції, актуалізація міжнародного бізнесу та залучення нових інвестицій в українську економіку ведуть до того, що в Україну приходять і традиції міжнародного менеджменту компаній. За останній час спостерігається тенденція практики міжнародного менеджменту в організаційних структурах: створюються ради директорів, формується нова корпоративна ієрархія; топ – менеджмент та менеджери по персоналу посилено копіюють кращі зразки зарубіжної корпоративної культури. Ефективність запровадження в практику діяльності українських організацій не завжди відповідає міжнародній практиці.

Досліджуючи вплив національного характеру українців на гармонізацію міжнародного менеджменту з вітчизняним, слід враховувати ту обставину, що для української культури є характерним надання пріоритету не формальному розуму, а нормам морального життя суспільства.

Серед факторів, які обмежують можливості прямого використання зарубіжного досвіду в корпоративному управлінні, можна назвати і менталітет. В більшості країн брати передоплату за контрактом не прийнято: гарантією являється репутація компанії та її топ–менеджменту. На вітчизняному ринку навіть організації які мають репутацію багатолітнього суб'єкта ринкових відносин, змушені і самі вимагати передоплату за контрактом чи інші фінансові гарантії, та вносити аналогічну заставу під великий контракт. Одна з причин

такої поведінки відлуння управління організацією в 90-х роках минулого століття, коли сформувалася стійка система корумпованих зв'язків.

Мотивація і відданість бренду, лояльність до керівництва теж часто не можуть застосовуватися в якості гарантій у відносинах між роботодавцями та колективом, власниками і акціонерами, менеджерами вищої ланки та виконавчою гілкою великих структур.

В українській практиці до цих пір не сформований як такий інститут корпоративних цінностей великих компаній; а «побудова команд» у вигляді неформальних провидень не доцільне відносити до формування корпоративної культури.

Корпоративна культура визначає принципи та правила внутрішнього життя підприємництва. Культура корпорації може розглядатися як представлення основних цінностей в організаційній структурі, системі управління, кадровій політиці, впливаючи на них.

Така культура дозволяє відрізнити одну корпорацію від іншої, генерує прихильність цілям корпорації, створює атмосферу ідентифікованості для членів корпорації, зміцнює соціальну стабільність, є контролюючим механізмом, що направляє і формує відносини та поведінку працівників. У той же час, ефективним нововведенням є розширення зони персональної відповідальності керівників посередником і проектних офісів у завершенні конкретних завдань діяльності компанії. З'являється розуміння ролі проектного офісу, плану робіт, «мозкового штурму» у виробленні колективних рішень, зростає роль міні-команд і проектних лідерів у вирішенні конкретно поставлених завдань (особливо в інноваційних сферах розвитку економіки, які зараз переживають процес інтенсивного зростання в Україні).

Отже, можна дійти висновку, що міжнародна практика «корпоративного духу», настільки добре сформованого в зарубіжних компаніях, просто не може бути «скопійована» в українській реальності.