

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

Ефективна ЕКОНОМІКА

Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет



№ 4, 2013 [Назад](#) [Головна](#)

УДК 005.7; 316.7

*Е. В. Мокряк,
к. е. н., доцент, доцент кафедри інноваційного менеджменту та управління бізнес-процесами,
Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг
О. С. Славина,
к. е. н., доцент, доцент кафедри соціології та економіки,
Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг*

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА В СТРУКТУРІ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ

*Е. V. Mokriak,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Innovation management and business processes department, Kryvyi Rih National University
O. S. Slavina,
Candidate of Economic Sciences, Associate professor of Sociology and Economics department, Kryvyi Rih National University*

ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE STRUCTURE OF ORGANIZATIONAL MANAGEMENT: REALIZATION MECHANISM

В статті визначено основні складові культурної парадигми організації, обґрунтовано діалектичний взаємозв'язок організаційної культури та організаційного менеджменту, проаналізовано досвід впливу менеджменту на формування і підтримку організаційної культури у США та Японії, з'ясовано специфічні особливості формування та розвитку організаційної культури на пострадянських і зокрема, українських підприємствах, виявлено пов'язані з цим проблеми, окреслено шляхи їх розв'язання.

Main parts of cultural paradigm of organization are defined in the article, dialectic interrelation between organization culture and organizational management is grounded. The authors analyze the experience of management influence on formation and support of organizational culture in the USA and Japan. Specific peculiarities of formation and development of organizational culture in post-soviet, including Ukrainian enterprises are pointed out; the authors also view some problems and ways to solve them.

Ключові слова: Організація, організаційна культура, культурна парадигма, організаційний менеджмент.

Key words: organization, organizational culture, cultural paradigm, organizational management.

Постановка проблеми. У класичному менеджменті першої половини ХХ століття зосереджено увагу переважно на зовнішніх проявах діяльності підприємницьких організацій певним чином матеріалізованих в техніко-технологічній та організаційно-управлінській структурах. Натомість сучасні дослідження процесів управління підприємницькими організаціями дедалі більше увагу приділяють глибинним внутрішньо організаційним чинникам, які обумовлюють формування та динаміку організаційно-управлінських процесів і наповнюють їх таким реальним змістом, який при формальній подібності структур може сутнісно відрізнятися. Саме тому останнім часом все більше уваги приділяється дослідженню таких ключових для пояснення соціальної поведінки явищ, як культура і, зокрема, культура організації, які є центральними в соціологічних науках (соціологія, економічна соціологія, соціологія управління), проте традиційно недооцінюються представниками класичного менеджменту та неокласичного синтезу.

Аналіз досліджень та публікацій. Проблеми підприємницько-менеджерської культури (в першій половині ХХ століття досліджувались відомими представниками історико-соціологічного та інституціонального напрямків економічної теорії, зокрема М. Вебером [1], В. Зомбартом [7], Д. Гелбрейтом, [4] Й. Шумпетером [17]), а наприкінці ХХ століття стали предметом досліджень у фахівців галузі економічної та індустріальної соціології, а також «поведінкової школи» менеджменту. Серед російських та українських дослідників означене питання знаходить місце в працях аналітиків Б. Гаврилішина [2], В. Гайця [3], Ю. Ольсевича [11], В. Радаєва та ін. [15].

У 1980-1990-х роках з'явилися праці аналітиків та управлінських консультантів з узагальненням досвіду свідомого впливу менеджменту на формування, підтримку та доцільні зміни в організаційній культурі (праці Д. Мерсера [9], А. Моріті [10], Т. Пітерса та Р. Уотермена [13], В. Проннікова та І. Ладанова [14] та інших), а також дослідження, в яких проаналізовано специфічні особливості формування пострадянської організаційної культури (Т. Заславська [6], Г. Колодко [8], Ю. Пахомов [12], Р. Ривкіна [16], К. Франкх [19]).

Вважаємо, що незважаючи на багато численні напрацювання, в дослідженні цієї, відносно нової для теорії менеджменту, проблематики здійснено певні кроки, проте залишається багато проблемних і дискусійних питань, які, зокрема, пов'язані: зі структурою організаційної культури, її взаємозв'язком зі стилем та методами управлінської діяльності, з національною специфікою функціонування організаційної культури, з ефективністю певних засобів менеджерського впливу на організаційну культуру.

Метою статті є аналіз та обґрунтування діалектичного взаємозв'язку організаційної культури та організаційного менеджменту. Досягнення мети можливо за рахунок вирішення таких завдань: по-перше, здійснення класифікації існуючих уявлень, навколо яких формується «культурна парадигма» організації; по-друге, визначення засобів впливу на неї організаційним менеджментом; по-третє, висвітлення специфічних особливостей формування організаційної культури на пострадянських підприємствах та пов'язаних з цим проблемних питань щодо її подальшого розвитку.

Результати дослідження.

1. «Культурна парадигма» організації та її взаємозв'язок з менеджментом.

Аналітики, які досліджують проблематику організаційної культури [17, с. 49-54], зазначають, що «культурна парадигма» формується навколо найбільш важливих для життєдіяльності організації уявлень, серед яких головними є наступні:

1) *про відносини з оточуючим середовищем.* Можливі альтернативні варіанти уявлень: прагнення до підпорядкування середовища інтересам організації; експлуатації організації середовищем, якому вона власне і повинна слугувати; певний компроміс між обома - пошук балансу між власними організаційними інтересами і вимогливими потребами зовнішнього середовища;

2) *про природу людини*. Ці уявлення пов'язані з відповіддю на питання про те, ким є людина в організації, тобто: як вона відноситься до своєї праці/обов'язків, який управлінський вплив доцільно до неї застосувати (наприклад, моделі Мак-Грегора „X” та „Y”), на який кінцевий результат варто розраховувати здійснювши інвестиції в розвиток персоналу;

3) *про людську діяльність*. Ці уявлення визначають як має поводитись індивід в організації: проявляти ініціативність, творчу активність чи обмежуватись регламентованою виконавчою діяльністю; постійно прагнути до самовдосконалення чи вважати прийнятним і «природним» поступову втрату професійного потенціалу; отримувати задоволення від своєї роботи або ж терпіти її як неминучий і незворотній «тягар»;

4) *про людські взаємини*. Ця група включає найбільш прийнятні та стабільні форми відносин між учасниками організації. Важливу роль мають переважно орієнтації на колективістські чи індивідуалістські варіанти взаємодії в соціально-економічних відносинах; уявлення про характер владних відносин та найбільш оптимальних їхніх форм (більший чи менший акцент на такі риси влади, як: традиція, харизма, професіоналізм, юридичний владний статус, можливість економічного та адміністративного примусу тощо), про межі владних повноважень, про організацію ієрархічної структури. Важливе значення має також ступінь та способи морально-етичного та владно-адміністративного регулювання відносин між учасниками організації.

Погляди дослідників сходяться в тому, що культура організації формується, підтримується та трансформується під впливом *внутрішньо-організаційних* (історія розвитку та специфіка діяльності підприємства, продуктивні сили, техніко-технологічний рівень організації виробництва, професійно-кваліфікаційна структура працівників, управлінські інструменти та багато інших) та *зовнішніх чинників* (етно-, соціо-, економіко-, політико- культурні особливості, стан політичної ситуації, діяльність економічних, правових, громадських та інших інституцій тощо). Саме тому культура кожної організації набуває:

по-перше, загальних рис, які властиві, більшою або меншою мірою, усім підприємницьким організаціям як специфічним соціально-економічним інститутам сучасного суспільства, незалежно від їх географічної та етносоціальної локалізації;

по-друге, специфічних рис, які пов'язані з особливостями підприємницько-менеджерської субкультури як важливої частини загальної культури певного континентально-культурного регіону;

по-третє, індивідуальних культурних рис керівників конкретної підприємницької організації.

Інтегративна генетична природа організаційної культури обумовлює певну діалектику динамічної взаємодії з нею організаційного менеджменту. З одного боку, управлінська діяльність значною мірою підпорядкована усталеній організаційній культурі, як невідомо (через вплив культурної соціології та професіоналізації самих менеджерів), так і відомо (через розуміння того, що кращих результатів можна досягти лише за умов, якщо певні заходи впливу на працівників будуть найбільш адекватні усталеним соціокультурним характеристикам організації). З іншого боку, одним з головних завдань менеджменту є свідомий вплив на підтримку процесу функціонування організаційної культури (через стимулювання розвитку одних (позитивних) та блокування інших (негативних) її елементів з метою створення найбільш сприятливих умов для успішної реалізації основних цілей та завдань організації.

2. Досвід впливу менеджменту на формування, підтримку та трансформацію організаційної культури в аспекті досягнення основних цілей великими компаніями у розвинутих країнах світу.

Дослідники менеджменту у більшості першоджерел, сучасні топ-менеджери у власних виступах та статтях постійно акцентують увагу на тому, що ціннісно-орієнтаційна єдність персоналу є значно міцнішим чинником створення ефективних соціально-економічних відносин в організації, ніж суто адміністративні або економічні методи. Адже перший відкриває простір для ініціативи працівника, залишає місце для його творчого пошуку, створює оптимальні умови для взаємодопомоги та підтримки, забезпечує природний розподіл завдань і зобов'язань, орієнтує персонал не стільки на чітке виконання функціональних обов'язків «від і до», скільки на максимальне використання особистих здібностей для реалізації загальних цілей організації. І якщо працівники засвоїли і розділяють основні цінності організації, то не варто їм постійно вказувати на те: що, як, коли і якими методами досягати поставлених завдань, вони (в силу організаційної культури яка сформована та функціонує) самостійно оберуть і реалізують оптимальний, на їхній погляд, метод, враховуючи при цьому основні цінності, головні принципи і існуючі традиції компанії.

Тож не випадково лідери багатьох провідних капіталістичних корпорацій все гостріше і наполегливіше пропагують пріоритет ідеологічних, моральних цінностей і критеріїв в процесі управління. Характерно, наприклад, що Томас Уотсон – молодший, який 20 років очолював всесвітньо відому фірму «ІВМ» написав цілу книгу про роль ідеологічних і моральних цінностей в управлінні під назвою «Бізнес і його вірування». У ній він стверджує: «...Я твердо вірую в те, що будь-яка організація для того, щоб вижити і добитися успіху, повинна володіти солідною системою переконань, з яких вона виходить в усій своїй політиці і діяльності. І глибока відданість цим переконанням є самим важливим фактором успіху корпорації. Я вірю також в те, що якщо організація має намір відповісти на виклики мінливого світу, вона повинна бути готовою в ході свого організаційного життя змінити в собі все, крім цих переконань. Іншими словами, філософія основ, дух і енергія організації відіграють значно більшу роль в її відносних досягненнях, ніж технологічні або економічні ресурси, організаційна структура, інновації і координація. І ці фактори важливі для успіху, але, як я думаю, поступаються за значенням силі, з якою люди в організації вірять в її функціональні правила, і твердості, з якою вони їх виконують» [13, с. 348].

Відомі американські спеціалісти у сфері управлінського консультування Томас Пітерс та Роберт Уотермен у книзі «У пошуках ефективного управління» (найбільш відомий бестселер управлінської літератури США 1980-х років), узагальнюючи практику управління кращими американськими корпораціями, наводять такий перелік домінуючих у них фірмових цінностей: 1) віра в свої переваги; 2) віра у важливість дрібниць, усіх гвинтиків добре виконаної роботи; 3) віра в значення людини, як особистості; 4) віра у високу якість обслуговування; 5) віра в те, що більшість членів організації повинні бути новаторами і зворотний бік цієї віри – готовність підтримати невдачу; 6) віра у важливість неформального спілкування; 7) віра в економічне зростання, прибуток і визнання їх важливості.

Передбачаємо, що цінності щодо досягнення «стандартних», суто економічних параметрів (економічне зростання та прибуток), невідповідно не починають, а завершують поданий перелік, оскільки вони є безпосередньо результатом реалізації певних соціально-етичних орієнтацій, принципів та цінностей. Це підтверджує один з представників корпоративного менеджменту компанії «ІВМ» Девід Мерсер у праці «ІВМ: управління в найбільш процвітаючій корпорації світу» (1987 р.). Так, він виділяє десять «головних принципів», які забезпечують формування та розвиток так званих клітинно-органічних структур, які здатні певним чином блокувати бюрократичні тенденції в управлінні великими компаніями, натомість підтримувати їх інноваційно-творчий тонус:

- сильна (офіційно визнана) віра в індивідуалізм (повага до особистості);
- робота з кадрами, яка дозволяє здійснити на практиці цю віру;
- єдиний статус всіх працівників;
- запрошення на роботу в компанію спеціалістів найвищого класу;
- тривале навчання працівників, особливо управлінців високого рангу;
- делегування максимально можливої відповідальності на найнижчі рівні управління;
- навмисні обмеження, які накладаються на діяльність лінійних управлінців;
- заохочення розбіжностей;
- розвиток горизонтальних зв'язків;
- інституціоналізація змін (тобто їх узаконення, перетворення в норму, правило, традицію) [9, с. 329-365].

Усе більша увага до ціннісно-орієнтаційного регулювання трудової поведінки працівників – це той новий напрям, який все більше поширюється в практиці управління традиційно деідеологізованими американськими корпораціями з огляду на віяння японської системи менеджменту. У самій же Японії «патріархом», «законодавцем моди» в ефективному використанні ціннісно-орієнтаційних важелів регулювання трудової мотивації вважають одну з найбільших у світі багатопрофільних електротехнічних компаній «Мацусіта», засновану у 1918 р. талановитим підприємцем і менеджером Коносуке Мацусітою. На протязі майже усієї історії компанії управління прагнуть підтримувати таку організаційну культуру, яка б згуртувала усіх працівників та спрямовувала їхні зусилля на досягнення провідних позицій компанії на вітчизняних та світових ринках електротехнічної продукції.

Система підготовки працівників у компанії складається, по-перше, з професійного навчання, по-друге, із засвоєння фірмового кодексу поведінки. Засвоюючи фірмовий кодекс поведінки, нові кадри відвідують спеціальні заняття, де їх переконують: «Якщо ти допустив випадкову помилку, фірма вибачить тобі. Якщо ж ти відступив від кодексу фірми, вибачення тобі немає». Основними засадами кодексу прийнято вважати наступні:

- I. принципи: розуміння власної відповідальності в справі прогресу і примноження благоустрою суспільства, служіння розвитку світової цивілізації;
- II. духовні цінності:
 - служіння нації шляхом удосконалення виробництва;
 - чесність;
 - гармонія і співробітництво;
 - гідність;

- ідентифікація з фірмою, вірність фірмі [14, с.69]

Вищезазначений кодекс дуже короткий, проте надзвичайно змістовний. Засновник і багатолітній керівник фірми К. Мацусіта вважав, що менеджери усіх рівнів повинні не тільки добре розуміти з змісті означених принципів і цінностей, але й укорінювати їх у свідомості підлеглих. Працівник фірми, який щиро сприйняв ці ідеї, здатний на максимальну продуктивність та прояв власної ініціативи без вказівок зверху, адже він не «просто працює гайки на конвеєрі», а робить внесок у розвиток світової цивілізації і примножує благоустрій свого суспільства. Тому і міра відповідальності вже інша – не тільки перед майстром, начальником відділу, але й перед нацією, людством.

3. Особливості формування пострадянської організаційної культури. Можна виділити принаймні п'ять груп чинників, які впливають на сучасний стан та тенденції подальшої еволюції української підприємницько-менеджерської культури: 1) глибинні, з огляду на відносну стабільність на протязі усієї відомої історії українського етносу, специфічні риси національного характеру; 2) традиції та звички, поведінкові стереотипи, успадковані від багатотисячолітнього патріархально-традиціоналістського господарювання; 3) специфічний культурний спадок соціалістичної господарської системи; 4) орієнтація на копіювання і практичну реалізацію західної (євроатлантичної) моделі підприємницько-менеджерської діяльності; 5) ситуаційний вплив поточних економічних завдань та труднощів, пов'язаних з їх реалізацією в умовах перехідної і дуже молодого національної економічної системи [1].

Перший етап пострадянського реформування в Україні (1991-2005 рр.) проходив не стільки під орієнтуючим та спрямовуючим впливом певної усвідомленої філософії нового типу господарського устрою, скільки під впливом деструктивної орієнтації на заперечення та руйнування усього того, що було раніше, а також заміни його на щось прямо протилежне: колективізму на індивідуалізм, колективного співробітництва на егоцентризм, співучасті колективу в управлінні на жорсткий авторитаризм, соціальної опіки та допомоги слабким та непрацездатним на право «процвітання найбільш сильних», соціальної справедливості в розподілі результатів праці на принцип «не заглядай в чужу кишеню» тощо. Реальна практика ліберально-ринкового реформування фактично руйнувала, ставила під сумнів такі класичні загальнолюдські цінності, як: патріотизм, працелюбство, гуманізм, соціальну справедливість, чесність, порядність, пріоритет соціальних інтересів (служіння загальному благу) тощо. В той же час «розкріпачувалися» егоцентричні інстинкти та спонуки (егоїзм, жадоба, культ грошей та сили, безпринципність, аморалізм, шахрайські та силові методи реалізації власних інтересів тощо), певне «приборкання» яких за допомогою різнопланових соціальних інститутів (релігія, мораль, виховання, громадська думка, право, державна політика тощо) завжди було однією з головних умов прогресивного розвитку суспільства. Припускалося, що таке звільнення від ідеологічних та морально-етичних пут може надати могутній поштовх розкріпаченій творчій та підприємницькій активності. Суттєвий імпульс дійсно був наданий. Але кому і для чого? Відома активістка німецького ліберального руху графиня М. Денхоф у своїй статті в російсько-німецькому журналі «Politekonom» (1997 р.) стверджує, що у 1992 р. в розмові в редакції газети „Die Zeit” з Джері Саксом (провідний консультант російських та українських реформаторів у 1992-1996 рр.) звертала його увагу на те, що соціокультурні умови Росії та України роблять надзвичайно небезпечною шокову лібералізацію. Адже на відміну від Західної Європи та США, де формування підприємництва здійснювалося в напруженому моральному «силовому полі» протестантської етики індивідуального обов'язку та відповідальності в країнах колишнього Радянського Союзу воно відбувається за умов глибокої моральної кризи суспільства. Тому шокова лібералізація економічного життя неминуче дає тут «небувалий стимул для розвитку мафії. Адже ясно, що можливості, які відкриваються при таких нерозважливих змінах, використовуються перш за все людьми без моральних обмежень і потенційними злочинцями» [5, с.20].

4. Основні напрямки та засоби і методи культуротворчої діяльності українського організаційного менеджменту.

Враховуючи цей надзвичайно несприятливий спадок, одержаний як від тоталітарної системи, так і від першого етапу її ліберально-ринкового реформування, надзвичайно важливо, хоча і дуже важкою для успішного вирішення, є проблема відновлення, на новій основі духовних і перш за все морально-етичних підвалин, продуктивної підприємницької та трудової діяльності. Як стверджує російська дослідниця соціокультурних факторів трансформування В. Федотова, спираючись на моральність тих економічних суб'єктів, яких все ще можна описати у термінах М. Вебера (працелюбність, професіоналізм, інноваційна активність, служіння «справі»), орієнтація на прибуток, як індикатор успіхів у творчості, інноваціях, організаторській майстерності та ін.), можна інституційно виростити і підтримати суспільну атмосферу, яка сприятлива для продуктивної творчої підприємницької діяльності шляхом, зворотним тому, як вона руйнувалася в країнах СНД у 90-х роках ХХ століття [18, с. 93].

Провідну роль у формуванні організаційної культури компанії відіграє її вищий менеджмент і, зокрема, найбільш впливовий представник контролюючої групи (президент, генеральний директор). Адже «керівник не тільки створює такі раціональні і помітні аспекти організації, як структура і технологія, але він також творець символів, ідеології, мови, вірувань, ритуалів і міфів» [13, с.144]. Для цього йому не обов'язково бути харизматичною особистістю, хоча присутність певною мірою такої риси, природно допомагає менеджеру в його культурно-творчій діяльності. Головним є шира послідовна прихильність лідерів до тих цінностей, які вони прагнуть упроваджувати в поєднанні з надзвичайною наполегливістю в їхньому зміцненні. Тому керівники пострадянських підприємницьких організацій, усвідомлюючи велику орієнтаційну, стимулюючу, консолідуючу та регулятивну роль ідейно-моральних цінностей, повинні приділяти постійні, багатопланові і кропіткі зусиль з метою сприяння відновленню та зміцненню здорового ціннісно-морального фундаменту підприємницьких організацій. По-перше, необхідно консолідувати більшість працівників навколо традиційних для них, проте нетлінних і незалежних від політичної кон'юнктури таких моральних цінностей трудових організацій, як: добросовісність, товариський взаємозв'язок і взаємодопомога, гордість за трудові досягнення колективу, його історію, традиції. По-друге, необхідно наполегливо і терпляче культивувати такі менш традиційні, але дуже важливі для ефективного розвитку підприємницьких організацій цінності, як: новаторство, ініціатива, підприємливість, повага до індивідуальності, таланту. Практика показує, що сучасний топ-менеджмент для утворення певних організаційних культурних цінностей використовує широкий спектр інструментів, зокрема:

- визначення та своєчасне оновлення основних перспективних завдань організації, реалізація яких здатна мобілізувати працівників і слугувати розвитку та максимальному використанню їхніх потенційних можливостей, підтримувати напружений тонус трудової та творчої активності;
- визначення відносно невеликого числа ключових принципів та безумовних вимог, які організація зобов'язується неухильно відстоювати;
- особистий приклад вищого менеджменту в дотриманні та реалізації цих принципів та вимог;
- невідворотні санкції до управлінців, які не дотримуються цих принципів та вимог незалежно від їх статусу та заслуг;
- широка пропаганда по різних каналах з використанням внутрішніх засобів інформації, колективних зібрань, зустрічей керівників з працівниками тощо;
- комплекс заходів, спрямованих на культивування, підтримку та підвищення педагогічно-організаційної ефективності багатопланових фірмових традицій, ритуалів, церемоній тощо;
- ефективне використання заходів так званого «морального стимулювання» бажаної організаційної поведінки, органічно узгоджених з об'єктивними і справедливими (з урахуванням домінуючих в організації ціннісних орієнтацій) оцінками та грошовими винагородами ефективності різних видів організаційної діяльності.

Доцільно поновити, визволивши від формалізму і показовості, немало традиційних для вітчизняних підприємств заходів: регулярних вечорів трудової слави, ювілеїв підприємств, цехів, відділів, урочистої «посвяти» в трудову організацію; висвітлення систематичної різнопланової і багатоканальної (фірмова газета, радіо і телемережа, наочна художня пропаганда і т.п.) інформації щодо життєдіяльності підприємства, його соціальних цілей та перспектив розвитку. Можуть бути корисними як спеціальні пам'ятки, які вміщують основні цінності і норми організації («соціальні норми компанії», «кодекси трудової честі фірми», «етичні норми ділової поведінки компанії» та ін.), так і більш за обсягом книги, нариси з історії підприємства, спогади людей, які посідали провідні посади на різних стадіях його історичного розвитку і т.ін. Все назване, вважаємо, сприятиме формуванню і подальшому зміцненню основних організаційних цінностей на сучасних українських підприємствах.

Висновки. Управлінська діяльність значною мірою підпорядкована певній усталеній організаційній культурі, яка відображає як характерні риси національної підприємницько-менеджерської культури, так і специфічні особливості розвитку певної організації. З іншого боку, менеджери намагаються свідомо впливати на організаційну культуру з огляду на потреби успішної реалізації цілей та завдань фірми.

Серед основних засобів такого впливу є: визначення, обґрунтування та пропагування основних принципів, цілей та завдань підприємства/організації, особистий приклад менеджменту, стимулювання бажаних зразків організаційної поведінки, культивування певних традицій, ритуалів, церемоній.

Керівники сучасних українських підприємницьких організацій, усвідомлюючи велику орієнтаційну, стимулюючу, консолідуючу та регулятивну роль ідейно-моральних цінностей, повинні прикладати постійні багатопланові і кропіткі зусилля для того, щоб сприяти відновленню та зміцненню здорового ціннісно-морального фундаменту у трудових колективах, що сприятиме удосконаленню вітчизняної організаційної культури, яка враховує загальнолюдські та національні цінності та норми.

Література:

1. Вебер М. Протестантська етика і дух капитализма. // Вебер М. Избранные произведения: пер. с нем./Сост., общ. редакция и послесловие Ю.Н. Давыдова. – М.: Прогресс, 1990. – С. 3-248.

2. Гаврилишин Б.Д. Дороговказ в майбутнє: До ефективних суспільств: Доповідь Римському клубу. / Б.Д. Гаврилишин. Пер. з англ. – К.: Наук. думка, 1990. – 208 с.
3. Гаєць В. Соціокультурні складові перспектив переходу до ефективної економіки в Україні. / В. Гаєць // Економіка України. – 2000. – № 2. – С. 4-12.
4. Гелбрейт Д. Новое индустриальное общество. / Д. Гелбрейт. Пер. с англ. – М: «Прогресс», 1969 – 425 с.
5. Денхоф М. Этика и рыночное хозяйство. / М. Денхоф // Политэконом. – 1997. - №1. – С. 19-21.
6. Заславська Т. Сучасний трансформаційний процес у Росії. / Т. Заславська // Економіка України. – 2001. – № 10. – С. 12-19.
7. Зомбарт В. Современный капитализм. / В. Зомбарт. Т. 3. Хозяйственная жизнь в эпоху развитого капитализма. / Пер. Ст. Вольского и Б. Жуховецкого с предисловием проф. С.Б. Членова и послесловием И. Альтера. – М-Л.: ОГИЗ, 1931. – 604 с.
8. Колодко Г. Вопросы справедливости и экономическая политика в постсоциалистических странах. / Г. Колодко // Вопросы экономики. – 1999. - №1. – С. 64-71.
9. Мерсер Д. ИБМ: управление в самой преуспевающей корпорации мира / Д. Мерсер. Пер. с англ. /Общ. ред. и предисл. В.С. Загашвили. – М.: Прогресс, 1991. – 456 с.
10. Морита А. Сделано в Японии. / А. Морита. Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990. – 409 с.
11. Ольсевич Ю. Хозяйственная система и этнос. / Ю. Ольсевич // Вопросы экономики. – 1993. - №8. – С. 11-16.
12. Пахомов Ю.М. Україна і Росія: порівняння соціокогенезу. / Ю.М. Пахомов // Філософська і соціологічна думка. – 1991. - №9. – С. 9-12.
13. Питерс Т. В поисках эффективного управления: опыт лучших компаний. / Т.Питерс , Р.Уотермен Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1986. – 423 с.
14. Пронников В.А. Управление персоналом в Японии: Очерки. / В.А.Пронников , И.Д.Ладанов – М: Наука, 1989. с. 69
15. Радаев В.В. Этническое предпринимательство.: Мировой опыт и Россия. / В.В. Радаев // Полис. – 1993. - №5. С. 81-89.
16. Рывкина Р. Российское общество как теневая социально-экономическая система. / Р. Рывкина // “МЭ и МО”. – 2001. – № 4. – С. 44-51.
17. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, кредита, процента и цикла конъюнктуры). / Й. Шумпетер. Пер. с нем. В.С. Автономова и др. Общ. ред. А.Г. Милейковского. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
18. Федотова В. Когда нет протестантской этики... / В. Федотова // ”Вопросы экономики” – 2001. – № 10. – с. 93)
19. Франкич К. Пошук ренти та групи інтересів за перехідного періоду в Україні. / К. Франкич // Економіст. – 2000. – № 3. – С. 54-63.

[1] Україна, на відміну від багатьох інших країн з перехідною економікою, фактично вперше за свою історію тільки в 1990-х роках почала формувати власну національну економічну систему.

Стаття надійшла до редакції 02.04.2013 р.



ТОВ "ДКС Центр"