

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ВІРТУАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Лойко Р.Р., НАКККиМ, м. Київ, Україна

Швидкість і сприйнятливність змін, необхідних для адаптації організацій до зовнішніх умов, визначають тривалість їх існування на ринку. Одним з нових інструментів такої адаптації є використання Інтернету. Інтернет як середу ведення бізнесу практично безмежний, але обсяг його завоювань не є конкурентною перевагою, необхідні структурні перетворення, нові підходи.

В даний час склалося декілька визначень віртуальної організації. Було проведено дослідження, в результаті якого пропонується наступне визначення віртуальної організації: віртуальна організація являє собою організацію, існуючу як об'єднання, що не має географічного центру і функціонує через телекомунікаційні засоби. Віртуальна організація утворюється юридично незалежними учасниками, що розділяють між собою ресурси та навички для досягнення поставлених завдань. Взаємодія між членами віртуальних організацій відбувається, в основному, через комп'ютерні мережі. Характеристики віртуальності можуть ставитися до активів організації і до структури управління. Різні форми активів і форми управління впливають один на одного і породжують кілька типів організаційних структур віртуального типу [2]. Менеджери повинні розвивати організації, в яких реалізуються і віртуальні, і матеріальні елементи, причому їх точна пропорція залежить від потреб клієнтів і постачальників, характеру продукції чи наданих послуг, а також додається цінності.

В даний час віртуальні організації активно впроваджуються в економічну дійсність: банківський сектор, страхування, освіта, торгівля, реклама, соціальна сфера і т.д. Такий стан справ змушує по-новому розглядати питання менеджменту цих організацій. Відбувається трансформація: функцій менеджменту віртуальних організацій, вимог до менеджера віртуальної організації, компетенції персоналу. Збільшується значення такого поняття як «довіра». Одночасно видозмінюється і сутність функції «контроль», оскільки в умовах віртуальних організацій без довіри неможлива організація роботи, а для зниження управлінських ризиків при збільшенні відхилень від прийнятих стандартів складно налагодити взаємодію.

Крім того, в цих організаціях існує велика проблема формування корпоративної культури, доведення до всіх учасників загальних принципів роботи, їх взаємодії, мотивації в дотриманні цих принципів. Розвиток віртуальних організацій в деякій мірі повторює, тільки в прискореному варіанті, розвиток реальних організацій, з'являється, поки не всіма учасниками усвідомлена, потреба у виробленні загальноприйнятих стандартів, правил поведінки агентів віртуальних організацій у вигляді корпоративної культури віртуальної організації. З'явилося поняття Інтернет-етикет для полегшення використання комунікативних взаємодій, отримали поширення нові атрибути спілкування, нові мовні конструкції.

Формування корпоративної культури реальної організації являє собою процес - тривалий і складний, але в певній мірі відпрацьований і виправданий економічно. Для віртуальних організацій процес перебуває в стадії формування. Разом з тим, при всій умовності виділення цього поняття, можна відзначити кілька рівнів корпоративної культури віртуальної організації:

- Рівень створення організації - творці віртуальної організації вже обговорюють умови входження до її складу. Кожна віртуальна організація самостійно встановлює правила роботи для своїх учасників, виходячи з балансу між потребами користувачів і наявним обсягом ресурсів.
- Рівень експлуатації - необхідність підтримки віртуальної організації, внесення змін.
- Робота з клієнтами, наприклад, захист інформації про клієнта.
- Робота з агентами (персоналом) - як і чому навчати персонал.
- Захист своєї організації.

Підтримання корпоративної культури можливо за допомогою продуманої системи стимулювання співробітників (агентів), окрім грошової винагороди, рекомендується використовувати: підтримання почуття відповідальності за виконувану роботу, причетності до

процесу планування; довіра до співробітника; підвищення його самооцінки; навчання працівника.

Аргументи Нонака і Такеучі показують важливість культури. Щоб побудувати процвітаючий віртуальний простір, необхідно, щоб кожен співробітник організації відповідав трьом характеристикам.

- Співробітники повинні бути здатні уявляти собі організацію як зсередини, так і зовні, усвідомлювати власну роль і взаємозв'язки з іншими людьми всередині і зовні організації.

- Співробітники, як індивідуально, так і в команді, повинні вміти керувати технологіями того рівня, який задовольняє організацію, і використовувати їх, щоб підтримувати взаємозв'язки і управляти власними знаннями.

- Члени колективу повинні розділяти багато цінностей і порядок дій, щоб спільна робота була максимально гармонійна і щоб однакові уявлення про знання, організації і культуру переважали в межах компанії.

Якщо хоча б одна з цих сфер не охоплена, віртуальний простір починає руйнуватися. Тому, це роль сильного і рішучого менеджменту - реалізувати і забезпечити максимальну сумісність всіх елементів.

Література: 1. Вютрих Х.А. Виртуализация как возможный путь развития управления / Х.А. Вютрих, А.Ф. Филипп. // Проблемы теории и практики управления. – №5, 1999. С. 45-49. 2. ВорнерМ. Виртуальные организации. Новые формы ведения бизнеса в XXI веке / М. Ворнер, М. Витцель – М. Добрая книга, 2005 – 296 с. 3. Громова О.Н. Поведение виртуальной организации. М.: ГУУ, 2007.

КОНЦЕПЦІЯ ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ (TQM) ТА ПРОБЛЕМИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*Ляшенко Т.В., Київський національний університет ім. Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна,*

Науковий керівник: к.ф.-м.н., доцент Анісімова Л.А.

Якість – це одна з найважливіших проблем, що стоїть нині перед будь-якою організацією. Під поняттям «управління якістю» розуміють управління тими чинниками та умовами, які найсуттєвіше впливають на рівень якості продукції або послуг [2, с. 165]. На сьогодні найпоширенішим підходом до управління якістю, який вже довів свою дієвість за кордоном, являється концепція всезагального управління якістю TQM (Total Quality Management). За своєю суттю TQM – це підхід до управління організацією, націлений на якість, котрий базується на участі всіх її працівників (персоналу в усіх підрозділах та на всіх рівнях організаційної структури) і направлений на досягнення як довгострокового успіху шляхом задоволення вимог споживачів, так і вигоди для членів організації та суспільства в цілому.

Концепція або філософія TQM (Total Quality Management) найчастіше перекладається як "загальне (всеохоплююче, тотальне) керівництво якістю" або "загальне управління якістю". TQM на сьогодні вважається революцією в менеджменті якості. Як новий інноваційний науково-практичний підхід до забезпечення якості сучасна концепція TQM склалась на початку 1980-х років під впливом ідей У. Шухарта, Е. Демінга, Дж. Джурана, А. Фейгенбаума, К. Ісікави, а також японського досвіду використання методології CWQC (Company wide quality control) (управління якістю в межах фірми). Найбільшого поширення концепція отримала в таких промислово розвинених країнах, як США, ФРН, Велика Британія, Швеція, Японія, Південна Корея, Тайвань. Однак за єдності ідеології, чітко вираженій у назві концепції, у кожній країні вона трактувалась по-своєму, виходячи з особливостей її історичного розвитку і робіт з менеджменту якості. Не дивлячись на те, що на сучасному етапі розвитку TQM єдиного тлумачення її концепції немає, оскільки воно залежить від особливостей країн, що її використовують, фундаментальні 12 принципів, на яких базується TQM, визнаються всіма спеціалістами незалежно від того, де концепція використовується. До них належать такі [4, с. 92]: