

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОГО ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Семененко І.С.

Харківський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України, м. Харків

Основою нової парадигми публічного управління (good governance) є ідеологія корпоратизму, яка сприяє розвитку в суспільстві горизонтальних зв'язків, виключає застосування з боку органів державної влади механізмів примусу і сприяє діалогу між владою та громадськістю. Це створює в публічному управлінні умови конкурентного середовища, що передбачає втілення не лише нових підходів до управління, а й нової культури.

У даний час активно виявляється інтерес до вивчення цього феномена. Теоретичні основи організаційної культури висвітлені у працях таких дослідників, як Г. Атаманчук, О. Бала, В. Веснін, О. Віханський, Б. Гаєвського, Н. Додон, І. Ібрагімової, В. Князева, Н. Липовської, Т. Маматова, Е. Сергієнко, Т. Соломанідіна, В. Ребкала М. Рудакевич, В. Тертички.

Узагальнення досвіду показує, що корпоративну культуру можна тлумачити як інструмент у сфері управління, який дозволяє керувати персоналом, підвищити конкурентоспроможність організації, ступінь довіри до корпоративних прав, забезпечити захист власників корпоративних прав, підвищити якість продукції та задовольнити вимоги споживачів. Фактично корпоративна культура виступає правилами управління, прийняття управлінських рішень, делегування повноважень, організації комунікаційного процесу, вдосконалення якості послуг, створення соціального клімату тощо.

Автори, аналізуючи соціокультурний, інтелектуальний, нормативний та фінансові аспекти корпоративної культури, вказують на важливість формування профілю існуючої корпоративної культури для дослідження ефективності діяльності організації. Необхідними складовими цього шляху є визначення умов та чинників розвитку корпоративної культури, її принципів, етапів формування та видів.

Чинниками розвитку корпоративної культури можуть бути як об'єктивні (умовами і засобами праці, документообіг, фінансово-економічні), так і суб'єктивні (цінності організації, управлінські технології тощо). Корпоративна культура є одним із інструментів, за допомогою якого можна ефективно здійснювати управління, як персоналом організації так і взаємодією з громадськістю у процесі надання послуг

Отже, формування та інституціоналізація корпоративної культури є невід'ємною складовою нової парадигми публічного управління, що передбачає орієнтацією діяльності влади на громадянина, застосування ринкових підходів і створення конкурентного середовища з метою надання якісних публічних послуг, оцінювання ефективності діяльності управлінців за кінцевим результатом з урахуванням думки громадян, підзвітності влади громадськості та налагодження співробітництва.