

---

# ФІРМА В ДИСКУРСІ ОРГАНІЗМЕНОЇ ІДЕЇ

---

*Бех В. П., Гащенко А. В.*

## ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОФІРМОВОЇ СИСТЕМИ ЦІННОСТЕЙ<sup>1</sup>

### *Оптимізація формування внутрішньофірмової системи цінностей в умовах соціокультурної трансформації українського суспільства*

*Метою* цього підрозділу є праксиологічний аналіз функціонування корпоративних систем цінностей в Україні. Це досить відповідальний крок для перевірки якості запропонованої концепції системи внутрішньофірмових цінностей, оскільки “застосування в дослідженні реальної поведінки людей – вирішальне випробування для будь-якої теоретичної схеми” [7, 543].

Це потребує від науковців, у тому числі й від соціальних філософів, пошуку резервів для подальшого економічного та соціального зростання потенціалу України. Становище ускладнюється тим, що система цінностей фірми є формою локально-групової консолідації людей, ефективним засобом включення фірми у важливі процеси, що протікають у регіоні, галузі та країні. Але цього досить не просто досягти, бо в умовах простору змішаних цінностей, як справедливо відзначає М. І. Михальченко, “всі економічні програми ... були еkleктичні, схоластичні, не концептуальні. Суспільна свідомість опинилась у стані соціального стресу, втратила чіткі орієнтири для оцінки минулого України та конструювання її майбутнього” [6, 228].

Тому є нагальна потреба раціоналізувати аксіологічну діяльність виробників для нарощування темпів економічного й соціального розвитку. Процедуру ж оцінювання як “організаційний принцип”

---

<sup>1</sup> Продовження. Початок див. у випуску 53 журналу “Нова парадигма”.

---

Т. Парсонс підкреслює такими словами: “У будь-якій складній системі потрібні певні механізми опосередкування для наведення дисципліни між окремими частинами з погляду організації цілого” [7, 487].

Оптимізація як процес упорядкування взаємодії чинників формування системи цінностей будь-якої фірми залежить від двох складових – підстави й умов. Це відомо. У такому випадку навіть зміна власності (а в Україні 90479 підприємств протягом 2003 року були переведені в приватну форму) менше активізує підставу, ніж активність умов, – соціально-економічний розвиток країни.

Процес суспільно-економічної та соціокультурної трансформації української держави тривалий і складний, він вимагає концентрації зусиль. У такій ситуації головне для нас – активно продовжувати політику розпочатих системних реформ, постійно доводити реальними справами послідовність щодо обраного курсу, утвердження демократичних цінностей, принципів громадянського суспільства, свободи слова та верховенства права, соціально спрямованої ринкової економіки.

У світлі цього руху корпоративні системи цінностей мають перебудовуватись під тиском низки факторів. Перший серед них – це забезпечення громадян України високими (європейськими) стандартами рівня життя, що автоматично актуалізує якісно новий рівень потреб. Як відомо, потреби суспільства визначають характер і зміст ціннісних систем на корпоративному рівні.

Другим фактором є переміщення в Україну шеренги зорієнтованих на експорт виробництв із Чехії, Словаччини, Угорщини, Польщі, що значно активізувалося в останні два роки з огляду на зміни в регуляторному середовищі зазначених країн. Це тягне за собою нові субкультури, які осередками та носіями мають трудові колективи відповідних фірм.

Третій фактор – це створення та більш ефективне використання механізмів міжрегіонального співробітництва в рамках міжнародних асоціацій “Карпатський Єврорегіон”, “Верхній Прут”, “Буг”, “Нижній Дунай”, співпрацю з потужними єврорегіонами, залучення до регіонального розвитку фінансової допомоги за програмою Taxis.

По-четверте, потрібно враховувати важливість “східного вектора” для розвитку України, поглиблення співпраці з Росією.

По-п’яте, поступовою, але невпинною є лібералізація торговельного режиму в Україні на основі принципів світової організації торгівлі та європейських стандартів.

Реагування фірм на євростандарти тягне за собою корекцію ціннісної свідомості та нормативних засад діяльності вітчизняного

виробника. Це прямо впливає з попередньо розглянутого матеріалу, оскільки зачіпає всі складові системи цінностей фірм. У цьому контексті Україна повинна визнати цінність і гармонізувати понад 8000 норм і стандартів, а узгоджено тільки близько 1500. При цьому корекція системи цінностей відбувається за рахунок зворотного впливу продукту – нормативної системи – на ціннісну свідомість товаровиробника.

Реалії сьогодення ставлять перед Україною два завдання, яких без зміни ціннісного поля не реалізувати. Перше з них – це необхідність прискорення економічних реформ у цілому та реструктуризації виробництва зокрема. Друге полягає в необхідності пошуку нових моделей співробітництва з провідними країнами світу в різних галузях та сферах, реалізація якого, у свою чергу, залежатиме від економічних перетворень в Україні та від переходу на інноваційний шлях розвитку.

В Україні вже сформульовано завдання та досягнуто певного прогресу у створенні ефективної правової системи, яка передбачає належне виконання законів через адекватну практику застосування дійових регуляторів та належних судових органів. Це необхідно для підвищення економічної активності та прискорення економічного зростання.

Оптимізувати формування внутрішньофірмових систем цінностей можливо тільки завдяки зміні ідеологем, що супроводжують становлення, функціонування та розвиток фірм. Це прямо впливає з генетичного та морфологічного аналізу предмету дослідження. Тому, тут ми маємо прецедент, коли неможливо безпосередньо сформувати культуру фірми та ціннісну свідомість її робітників. Знаряддям, яким цього можна досягти, є зміна ідеологем розбудови структури фірм, запровадження нових статус-ролей і сукупності нових правових норм, спілкування учасників міжнародного виробничого процесу між собою в ході налагодження сумісних підприємств, створення міжнародних консорціумів, налагодження взаємовигідної торгівлі, яка є фактично продовженням виробництва. Це елементи практичної дії керівництва фірми, що складають зміст корпоративної політики.

Отже, за таких умов Україна має здійснити низку невідкладних фундаментальних трансформацій, що ведуть до зміни ідеологічних настанов підприємців і ціннісної свідомості співробітників вітчизняних фірм, а саме:

– реалізувати стратегію випереджального розвитку, яка має забезпечити щорічні темпи зростання ВВП в Україні на рівні не нижче 6-7 відсотків (у 1,5-2 рази вищі, ніж загалом у країнах ЄС);

---

– опанувати інноваційну модель структурної перебудови та зростання, реалізація якої має забезпечити суттєве підвищення конкурентоспроможності української економіки, утвердження України як високотехнологічної держави;

– утвердження середнього класу – основи політичної стабільності та демократизації суспільства, значне обмеження загрозливої диференціації доходів населення та подолання бідності [8, 177-178].

Особливо потужним засобом тут має стати інформаційне забезпечення стратегії розвитку України, оскільки індивідуальна та колективна ціннісна свідомість виробників товарів і послуг, що повільно формує систему цінностей фірми, постійно повинна ідеологічно фільтрувати ринкову інформацію та цілеспрямовано вести селекцію й накопичення спеціалізованих, відповідно до профілю виробничої діяльності фірми, знань.

Слід пам'ятати, що трансформаційні процеси в усіх сферах українського суспільства відбуваються за умов глобалізації. Процеси глобалізації також є одним із чинників росту значущості самої системи цінностей фірми. Вона стає більш інтернаціональною. Сталою фірма може бути тільки завдяки саме ціннісній компоненті, як наслідок цього, значно зросла питома вага ціннісної свідомості особистості робітника фірми.

Отже, ціннісна свідомість особистості виступає банком інформаційно-смыслових одиниць, що резонує з вимогами зовнішніх умов. Вона досягає цього за допомогою системи символів. І це захищає фірму від саморозпаду. Для зміцнення потужності захисних можливостей духовного компоненту фірми сучасна філософія змушена розробляти специфічну проектно-ціннісну свідомість [5].

Суть її полягає в розширенні сфер інженерно-конструкторської та комп'ютерно-програмної раціональності, які автоматично ведуть до універсалізації проектного підходу в засвоєнні соціальної реальності. У широкому смислі проект висвітлює теоретичні горизонти функціонування самого “третього світу”, тобто духовно-практичного середовища людини, яке містить у собі і техніку, і культуру, і об'єктивоване знання. Цей світ існував завжди, але сьогодні він набуває проектної форми буття, яке сконструювалося, яке претендує на особливе місце в людському мікрокосмі.

Однак сьогодні, у зв'язку з настанням інформаційної фази, ми все гостріше відчуваємо вихід на передній план актів реалізації гіпотез, різного роду мислительних схем і теоретичних моделей, методологічного знання взагалі. У зв'язку з бурхливою комп'ютеризацією нашого повсякденного життя, пріоритет зараз

отримує процес створення різних моделей соціальних об'єктів, що ніяк не зменшує роль теоретичного знання.

Суть такого зрушення, як вважає С. Кримський, полягає в тому, що об'єкти сучасної науки втратили натуральність твердих тіл макрооточення людини і виступають (за прикладом квантово-механічних об'єктів) як сузір'я певних можливостей. Як бачимо, об'єкти соціального світу є ідеальними зразками для наукового конструювання, проектування та прогнозування. Вивчення таких об'єктів якраз і є актуалізацією тих чи інших ракурсів потенційного.

Таким чином, в ході засвоєння соціального світу дедуктивним способом інтеграція теоретичного знання та практичної дії досягається шляхом проміжної діяльності, яка вимагає спеціального соціотехнічного забезпечення. Вона пробиває собі дорогу через проектно-конструкторські розробки, в яких бере участь ціннісна свідомість особистості, та використання імітаційних моделей соціальних систем, що розробляються на основі комп'ютерних технологій і математичного апарату.

Структурно така діяльність складається з кількох елементів, а саме: комплексу вихідних умов її здійснення; концептуальної, тобто системної основи, що є її організаційним стрижнем; технології моделювання соціального об'єкта; варіативного поля можливих шляхів реалізації проекту; нарешті, критеріальної бази для оцінки якості трансформації теоретичного в практичне.

Підстава як джерело оптимізації нині більш консервативна. Головним інструментом тут є корпоративна культура. Впровадження в корпоративні відносини норм, дотримання яких створило б атмосферу єдності цілей кожного учасника управління, підносить об'єднання промислових фірм на більш високий рівень організації діяльності. Ці норми і є нормами корпоративної культури, яка являє собою "систему матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою і властиві цій корпорації, відображають її індивідуальність і бачення себе та інших у матеріальному й соціальному середовищі, що проявляється в поведінці, взаємодії, сприйнятті себе та навколишнього середовища" [10].

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 українства. Особливо важливе значення в цьому контексті має, як зазначає А. Скуратівський, національний характер [9].

Досліджуючи вплив національного характеру українців на

---

формування корпоративної культури, слід враховувати, що для української культури є характерним надання пріоритету не формальному розуму, а нормам морального життя суспільства. Ці норми базуються на принципах індивідуальності та людяності, гармонії з природою. Формування корпоративної культури передбачає засвоєння людиною як акціонером, як індивідумом, певного мінімуму із системи загальних корпоративних норм і принципів внутрішньої культури (корпоративності) акціонерного товариства. У цьому контексті слід мати на увазі, що, засвоївши свого часу візантійську культуру, Київська Русь, проте, не прийняла основного принципу візантизму – панування загального над індивідуальним. Як слушно зазначає С. Кримський, в українській культурі завжди домінували образи людей вільного ратного духу, “вогненні душі” козаків, степових лицарів, яким було притаманне “буяння вільної індивідуальності, особистісного завоювання світу, що було архетипічним для менталітету України” [4].

У національному характері українців, в їх ментальності існувала (існує і сьогодні) ціла низка рис, які не вписуються в норми корпоративної культури. Витоки невисокого рівня економічної культури, зокрема економічний нігілізм, позапублічність життя багатьох тощо, які й сьогодні є реальністю ментальності значної частини населення, коріняться в глибинах національного характеру, етнічній психології нашого народу, які формувались упродовж багатьох століть.

Негативно впливають на формування корпоративної культури такі риси характеру українців, як комплекс “меншовартості”, сконцентрованість на внутрішніх переживаннях, “відступи в себе”, поєднані із замкненістю та недовірою, настороженим ставленням людини до оточення, стиль потаємного існування з життєвою філософією “моя хата з краю, нічого не знаю”, “тихіше води, нижче трави”. Негативно впливає на розвиток корпоративної культури – безпосередньо чи опосередковано – також інертність, неактивність у громадських справах, суміш індивідуалізму та егоїзму, надто приземлений прагматизм. До цього слід додати надмірну довірливість, піддатливість зовнішнім впливам, пристосуванство.

Однією з особливостей національного характеру українців, яка суттєвим чином впливає на формування корпоративної культури, є індивідуалізм, зумовлений специфікою суспільного життя. У результаті в українському національному етносі індивідуальний чинник взяв гору над колективним. Із часом сформувався український індивідуалізм, пріоритет індивідуального над загальним, колективним

як вияв свободолобства особистості. Враховуючи ту обставину, що утворення акціонерного капіталу здійснюється за принципом “через індивідуальне до колективного”, з опосередкованим володінням власністю в ньому, зазначена риса національного характеру українців об’єктивно сприяє формуванню корпоративної культури, норм корпоративної філософії. З другого боку, індивідуалізм, прагнення свободи, яке мало прогресивний історичний сенс, призвело у свій час до самоізоляції, руйнування організаційних форм упорядкування суспільного, до невміння створювати та втримувати владу, що на сьогодні є гальмівним чинником процесу формування корпоративної культури.

Індивідуалізм став причиною безсилля українського народу радикально вирішити проблему свого сталого, стабільного існування, створити соціонормативні, правові форми суспільної діяльності [9]. Як підтвердження цього висновку має місце довготривалий процес політичної кон’юнктури навколо прийняття Закону України “Про акціонерні товариства”, який дозволить створити абсолютно нові організаційні та структурні засади перерозподілу акціонерного капіталу в Україні, управління ним, контролю за діями управлінського персоналу товариств, а головне – прискорення впровадження норм корпоративної культури.

Суттєвий вплив мають особливості соціального розвитку, зокрема соціальної структури українського суспільства. Специфічна соціальна структура українського суспільства впродовж тривалого часу характеризується недостатньою соціальною диференціацією, переважанням в ній селянства. Це наклало на психіку українського населення відбиток “селянськості”, що, на нашу думку, не є позитивним у соціальному портреті сучасного українського акціонера в більшості акціонерних товариств, що розташовані в містах.

Негативно впливає на формування корпоративної культури належність більшості виробників до соціальних груп із наявністю селянської психіки, яка не виробляє здатність оволодівати та повноцінно сприймати знання, науку як систему абстрактних понять, у тому числі категорії корпоративного управління. Українському народу більше притаманне заглиблення у внутрішній світ особистого переживання, аніж у світ соціальних організацій.

На формування корпоративної культури впливають також певні негативні риси ментальності національної еліти, зокрема інтелігенції. Протягом тривалого періоду часу характерним був поширений перехід значної частини української еліти, яка якраз і повинна брати активну участь у впровадженні культури відносин у сфері економіки, зокрема

---

корпоративних, у польську, російську адміністративну і культурну сфери, потім у радянську.

Відчутним є і вплив на корпоративну культуру такого соціального явища, як козацька свобода. Вона не була внормованою, структурованою та юридично забезпеченою свободою, а була втіленням спонтанності, нерегламентованого волевияву в стихійному демократизмі відносин козацької громади, що не могло сприяти формуванню правових засад життєдіяльності козаків, яких М. Грушевський назвав “степовими авантюристами” [2, 154].

Негативно впливають на формування корпоративної культури психологічні чинники, пов’язані з недавнім тоталітарним, радянським минулим, зокрема безініціативність, беспорядність, подвійна мораль, звичка покладатися на опіку держави і водночас не довіряти їй (порушувати закони). Не сприяє формуванню корпоративної культури втрата почуття відповідальності, ірраціональна віра у всесилля “вождів”, очікування на прихід “месії”, який вирішить усі проблеми.

Підсумовуючи, слід зазначити, що особливості національної культури українців, незважаючи на деякі негативні риси, що обумовлені історичним розвитком суспільства, характеризуються цілою низкою конструктивних рис української вдачі, які можуть сприяти засвоєнню нормативних цінностей корпоративної культури. Йдеться про високий рівень розвиненості волелюбства, природного демократизму, що можуть бути закріплені не тільки в політичній, а і в корпоративній культурі. Демократичні цінності українського суспільства, що впродовж кількох століть поступово слабшали, “вимивалися”, та пов’язані з цим риси національного характеру в умовах незалежності України можуть бути відтворені. Це дає підстави стверджувати, що більшість конструктивних рис українського характеру можуть виступати важливими чинниками в побудові системи управління національним капіталом.

У цьому контексті слід зважити на наявний опосередкований вплив російського капіталу на розробку вищезазначених норм. Це твердження не є безпідставним, якщо врахувати, що, за оцінкою журналу “Експерт”, до 2005 р. 70% виробленої в Україні продукції буде випускатися за участю російського капіталу [3]. Російський напрямок і в подальшому буде залишатися одним із наріжних каменів української зовнішньої політики.

Якими ж є критерії формування корпоративної культури фірми? Це сучасна організація діяльності з матеріальними та духовними складовими культури; гармонійна організація, в якій окремі елементи культури за рівнем свого розвитку, направленістю, ідейністю, цілями,



завданнями, способами досягнення мети відповідають один одному; організація, яка живе за нормами закону, а не “за поняттями”; соціально-економічна система, що базується на досягненнях сучасної науки; організація, в якій людей визначають як головну цінність, і відповідно організують взаємодію між окремими людьми та групами на певному психологічному рівні, враховуючи, що найцінніше в людині – її внутрішній стан; організація, що розвивається, будує свої стосунки із суб'єктами внутрішнього та зовнішнього середовища на підставі розуміння їхньої системної сутності й унікальності, і прикладає максимум зусиль для отримання якнайповніших відомостей про ділових партнерів і співробітників з метою їх кращого розуміння.

З метою забезпечення балансу інтересів усіх учасників корпоративного управління, уникнення проявів конфліктності необхідно сформувати набір норм корпоративної культури – від бачення предмета та мети бізнесу до внутрішньокорпоративних стандартів, при жорсткому дотриманні вимог щодо відкритості та прозорості діяльності суб'єктів сучасного ринку.

Далі можна послідовно розглянути елементи системи цінностей фірми й визначити резерви зростання для кожного з них окремо. Насамперед, уваги з боку системи державного управління потребують кадри або трудові ресурси. Набуває важливості проблема дефіциту трудових ресурсів. Майже половина осіб працюють на посадах, що не відповідають їхній освіті. Гостро відчувається нестача кваліфікованих робітників, інженерів, менеджерів у невеликих містах. В окремих регіонах практично припинено централізовану підготовку фахівців з металообробки та машинобудування. Усунення цих недоліків є шляхом оптимізації формування системи цінностей фірми.

При цьому загальна чисельність економічно активного населення залишається практично незмінною від початку виходу з кризи і становить 22644,9 тис. осіб. Однак високий і постійно зростаючий ступінь старіння робочої сили (у середньому по Україні кожна п'ята економічно активна особа – старша 50 років, а кожна чотирнадцята – старша працездатного віку) створює певні перешкоди для нормалізації процесів відтворення робочої сили, для запровадження новітніх технологій і відповідної перекваліфікації працівників [8, 63].

Основними проблемами у сфері пропозиції робочої сили є неспроможність робочої сили самовідтворюватись через низький рівень заробітної платні, оскільки в 2003 році 49,7% працюючих отримували зарплату нижчу за прожитковий мінімум (365 грн.), а в собівартості продукції її частка становить близько 11%, тоді як,

---

наприклад, в країнах ЄС – 30-35%; ключовою проблемою залишається досягнення суспільно прийнятого рівня, структури, диференціації доходів від трудової діяльності, передусім заробітної плати; невідповідність потребам економіки за професійно-кваліфікаційними ознаками; високий рівень старіння, насамперед у сільській місцевості; “вимивання” через трудову міграцію прошарку населення із середнім рівнем кваліфікації, але високою економічною активністю.

Оптимізму додає лише те, що молодь України інтенсивно вчиться. У 2003 році 21,7 тисяч загальноосвітніх навчальних закладів забезпечували навчання 5936 тис. школярів, 953 професійно-технічних навчальних закладів – 483 тис. учнів і слухачів, 1009 вищих навчальних закладів – 2437 тис. студентів. Загальне охоплення освітою перевищує рівень країн із середнім доходом, за деякими позиціями – таке, як у країнах із високим рівнем доходів. Чисельність осіб із вищою освітою така (або більше), як у багатьох країнах із вищим, ніж в Україні обсягом ВВП на одну особу [8, 63].

Про стан культури виробництва можна зробити висновок на основі ступеню зносу основних засобів виробництва. Тут спостерігається досить негативна тенденція. Так, у Посланні Президента України до Верховної Ради України записано, що ступінь зносу в 2001 році становив 45,0%, в 2002 році – 47,3%, а в 2003 році – 48,1%. Для сільського господарства цей показник був 52,3%, для рибного господарства – 58,1%, промисловості – 54,3% на транспорті і зв'язку – 47,1%, у сфері охорони здоров'я та соціальної допомоги – 54,3%, в освіті – 61,7%, галузі державного управління – 36,8%.

Про технологічний рівень країни можна судити на основі інвестицій в основний капітал. В Україні капітальні вкладення склали: у 2001 році – 32573,1 млн. грн., 2002 році – 37177,9 млн. грн. і в 2003 році – 27413,1 млн. грн. Звертає на себе увагу й недосконала структура цих вкладень. За січень-вересень 2003 року вітчизняна промисловість при цьому отримала 41,5%, транспорт і зв'язок – 21,8%, сільське господарство – 3,7%, будівництво – 5,3%, оптова та роздрібна торгівля – 3,7%, а інші галузі – ще менше.

Однак, починаючи з 2003 року, можна говорити про “нову якість зростання, пов'язану з початком інтенсивного оновлення основних виробничих фондів, відчутним зростанням інвестиційного попиту. За розрахунками інвестиції в основний капітал за чотири роки зросли на 92,2%, в тому числі в 2003 році – на 27,7%. Суттєво зріс рівень довгострокових кредитів комерційних банків. За минулий рік приріст іноземних інвестицій склав 21,7%” [8, 5].

Про стан технологічної культури свідчить інноваційна складова

економічного зростання. У 2000-2003 роках спостерігалось підвищення інноваційної активності в промисловості. Кількість підприємств, що впроваджували інновації, в 1999 становила 1376, в 2000 – 1491, в 2001 – 1503, в 2002 – 1506, в 2003 році – 1238. Щорічно збільшувалось виробництво нової техніки. Порівняно з 1999 роком у 2003 році кількість освоєння нових видів машин, устаткування, апаратів, приладів збільшилася в 1,5 рази і склала 710 найменувань. Загалом за 2000-2003 роки було освоєно та поставлено на ринок майже 2,5 тис. найменувань такої продукції [8, 68].

Підсумовуючи вище наведені факти щодо суспільно-економічного розвитку України та специфіки формування внутрішньофірмової системи цінностей, треба відзначити, що протягом останніх чотирьох років українська економіка демонструє високі темпи зростання. У 2000-2003 рр. Зростання ВВП становило 32,9 %, а за 2003 р. – 9,3 % [1; 4]. Сьогодні перед державою ставиться завдання, щоб пролонгувати одержані за чотирирічний період результати на більш віддалену перспективу. Отже, пошук шляхів оптимізації формування внутрішньофірмової системи цінностей в умовах соціокультурної та суспільно-економічної трансформації українського суспільства завершився тим, що ми усвідомили декілька головних моментів цього процесу.

По-перше, спроектована нами модель системи цінностей фірми виявилась життєздатною, тобто придатною для практичного використання. За її допомогою можна системно оцінювати стан, якість функціонування та тенденції розвитку соціального організму.

По-друге, категоріальний апарат або поняття, які покладені в елементну базу системи внутрішньофірмових цінностей, виявилися енергонасиченими і такими, що в концентрованій формі стало утримують зміст багаточисельних процесів, які утворюють соціальне тіло фірми.

По-третє, застосування запропонованої моделі висвітлює місце та роль у становленні фірми не тільки окремого робітника (ментальність якого є фактором, що може сприяти або не сприяти якісному функціонуванню фірми), трудового колективу (від якого залежить морфогенез соціального тіла фірми), але й каналів впливу на неї громадянського суспільства і держави, нарешті, міжнародних зв'язків України.

По-четверте, оптимізацію формування цієї системи цінностей треба виконувати шляхом теоретичного аналізу та багатокритеріального вибору процесів, що відносяться, з одного боку, до підстави або змісту локалізованого в часі і просторі соціального

---

поля, детермінованого суспільною потребою, а з другого – до умов, що створюють євроінтеграційні намагання України і вплив яких треба передбачати за принципом зовнішнього доповнення в саморозгортанні соціального організму фірми.

По-п'яте, оптимізація має декілька рівнів соціальних процесів, які суттєво впливають на формування системи цінностей фірми, а саме – євроінтеграційний, що несе проблеми макрорівня, національний, або державний, що створює морально-правову основу для саморозгортання соціального цілого; корпоративний, який не може реалізуватись без позитивної ідеології та цілеспрямованої політики самої фірми; нарешті, індивідний, або суб'єктивований, що віддзеркалює ментальні, наукові, освітянські потенції.

По-шосте, головним інструментом формування системи цінностей є ідеологія фірми, яка має містити чотири ідеологеми, а виконавчим механізмом, що базується на нормативній основі, є політика корпорації відносно кадрової роботи та управління працею при налагодженні внутрішніх зв'язків і забезпеченні гомеостазу фірми, а при розбудові зовнішніх зв'язків фірми на перший план виходить споживач продукції за яким майоріє його потреба.

Нарешті, можна підбити підсумок функціонального аналізу обраної проблеми. Він приніс позитивні результати, оскільки ми показали, що: по-перше, механізм впливу фенотипу соціальної системи на поведінку особистості фахівця може сам запитом збуджувати фенотип, або фенотип завдяки символіці фірми збуджує його свідомість й спрямовує його дію; по-друге, в результаті взаємодії фенотипу фірми із соціальною системою поглиблюється морфогенез фірми, що веде до диференціації соціального тіла, появи якісно нових органів і властивостей, завдяки чому фірма тепер стає цілісністю, здатною до саморегуляції; по-третє, ми проаналізували шляхи можливої оптимізації процесу формування системи цінностей фірми, це можливо зробити опосередковано, оскільки особистість може своїм інтелектуальним впливом на фенотип фірми корегувати і навіть видозмінювати зміст цінностей, що складають її культурологічне ядро.

На цьому є сенс завершити соціально-філософський аналіз системи внутрішньофірмових цінностей, оскільки далі має йти праксеологічний аналіз, що є вже предметом уваги інших наук, насамперед соціології, культурології, аксіології.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Гальчинський А., Львовчкін С.* Становлення інвестиційної моделі економічного зростання України // *Економіка України.* – 2004. – № 6. – С. 4-12.
2. *Грушевський М.* Очерк истории украинского народа. – К., 1991. – 276 с.
3. *Експерт.* – 2002. – №6. – 11 лютого. – С. 41.
4. *Кримський С.* Національні архетипи // *Мала енциклопедія етно-державознавства.* – К., 1996. – С. 3-39.
5. *Крымский С.* Ценностно-смысловой универсум как предметное поле философии // *Философская и социологическая мысль.* – 1996. – № 3-4. – С. 102-116.
6. *Михальченко Н. И.* Украинское общество: трансформация, модернизация или лимитроф Европы? – К. : Ин-т социологии НАНУ, 2001. – 440 с.
7. *Парсонс Т. О* структуре социального действия. – М. : Академический Проект, 2000. – 880 с.
8. Послання Президента України до Верховної Ради України “Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2003 році”. – К. : Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України, 2004. – 472 с.
9. *Скуратівський А.* Правова культура в контексті особливостей розвитку соціального буття українського суспільства та національного характеру українців // *Вісник УАДУ при Президентіві України.* – 2002. – № 1. – С. 255-261.
10. *Спивак В. А.* Корпоративная культура. – СПб. : Питер, 2001. – 352 с.