

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ МЕНЕДЖМЕНТА: ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ СОТРУДНИКОВ С ЛИЧНОСТНЫХ НА КОРПОРАТИВНЫЕ

© Гулюк Н. В., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

На сегодняшний день выбор модели менеджмента — японской, американской или европейской — способствует успешному управлению компанией и позволяет достигать различные цели. Большинство российских компаний придерживается европейской модели менеджмента, в то время как наиболее продуктивной принято считать японскую из-за долгосрочных перспектив, присущего коллективизма и ориентацию сотрудников на ценности компании. Автор предлагает обратить внимание на ключевые факторы управления ценностями компании, чтобы они встали на один уровень с личностными, что, в свою очередь, позволит адаптироваться к изменению модели менеджмента в будущем.

Ключевые слова: ценности, японская модель менеджмента, американская модель менеджмента, европейская модель менеджмента.

Внедрение эффективной системы управления компанией базируется на том, какую модель менеджмента выбирает руководство. Согласно принципам выбранной модели будет определяться дальнейший стиль и ориентация управления, отношения в коллективе, степень контроля на тех или иных уровнях, организационная структура и т.д.

Каждое государство прошло свой экономический путь развития, согласно которому и развивались те или иные модель управления. Европейские страны, Япония, США стали основоположниками этих моделей, поскольку являлись развитыми странами. Они создали особенности менеджмента, имея некоторый опыт в управлении экономикой страны. Предложенные

модели — разные, однако есть и сходства. Таким образом, каждое государство, отслеживая развитие моделей менеджмента других, развивала и совершенствовала собственную. Это развитие продолжается до сих пор. Оно связано с культурными, языковыми особенностями страны, менталитетом ее населения, географическим положением, соседством с другими странами, экономическим устройством, роли государства во внешней экономике и политике и др. Традиционно из всех моделей выделяют японскую, американскую, европейскую модели менеджмента [1].

В мире известны три модели менеджмента — японская, американская и европейская. Каждая из них характеризуется особым образом:

	Японская модель	Американская модель	Европейская модель
1. Принятие управленческих решений	Коллективно, на основе единогласия	Индивидуальный характер принятия решения	
2. Ответственность	Коллективная	Индивидуальная	
3. Структура управления	Нестандартная, гибкая	Строго формализованная	
4. Организация контроля	Неформальная	Четко формализованная процедура	Строго по иерархии
5. Рамки контроля	Коллективный контроль	Индивидуальный контроль руководства	
6. Продвижение по карьерной лестнице	Замедлительная оценка работы сотрудника и карьерный рост	Быстрая оценка результата труда, ускоренное продвижение по службе	
7. Основное качество руководителя	Умение осуществлять координацию действий и контроль	Профессионализм	
8. Ориентация управления	На группу	На отдельную личность	
9. Оценка управления	По достижению гармонии в коллективе	По индивидуальному результату	
10. Подготовка кадров	Универсального типа	Узкоспециализированные специалисты	
11. Продвижение	По старшинству и стажу работы	По личным достижениям	

12. Занятость	Долгосрочная	На короткий период	
13. Оплата труда	По показателям работы группы, по стажу работы	По индивидуальным показателям и достижениям	
14. Качество работы	Сделать лучше	Сделать дешевле	Сделать быстро и больше

Сходство европейской и американской моделей менеджмента обусловлено тем, что обе имеют потребность в научном, рациональном обосновании принимаемых управленческих решений. Европейцы также думают, что сам «прогресс» должен служить человеку и никак иначе. В японской же модели, наоборот, команда трудится на пути к прогрессу, коллективная проектная работа развита хорошо, а сотрудники именуется «специалистами» не столько из-за своего высокого профессионализма, сколько из-за самоотдачи и трудолюбия [4] [1].

Поскольку большинство российских компаний работают по принципу европейской модели менеджмента, то умение работать в команде сотрудникам таких компаний не столь присуще. Инструменты управления внедряются лишь формально, в то время как реальная эффективная система управления отсутствует.

Менталитет российских сотрудников устроен так, что они работают исключительно по своему рабочему графику, привыкли решать проблемы самостоятельно, а все рабочие дела оставляют работе. Личные ценности, такие как семья, друзья, личная жизнь и дети, остаются в приоритете, соответственно работа уходит на второй план. Соответственно, для таких работников является ненормальным задержаться на работе ради выгодного проекта, работать в команде и при необходимости осуществлять ее в разное время суток, местами неудобное для семейного времяпровождения.

Личностные ценности оказывают сильное влияние на мотивацию и поведение человека, что в дальнейшем ведет в ухудшению его работоспособности и успеху компании в целом. В 1999–2002 годах было опрошено 246 сотрудников разных российских компаний. Большинство из респондентов определили главными ценностями личное материальное благополучие, самореализацию, саморазвитие, комфорт, внутреннее спокойствие, возможность реализовать собственный будущий бизнес, а также благополучие собственных близких людей (семьи и детей) [3].

Организационные ценности по-другому называют «корпоративной ДНК», так как они определяют отличительные черты отдельно взятой компании, ее уникальный стиль внутренней жизнедеятельности, внешних отношений и системы реализации контроля и проявляются в узнаваемом имидже компании. Ценности компании — это совокупность ценностей, которые декларирует и

культивирует менеджмент, они поддерживаются большинством персонала.

Инструменты повышения корпоративных ценностей над собственными определяются следующими факторами:

- Достижение полной ясности и понимания со стороны персонала ключевых факторов успеха организации, того, из чего складывается их заработная плата и отпускные;
- Выявление общих ценностей организации, а также достижение их полного понимания и признания самими сотрудниками;
- Донесение информации до понимания каждого сотрудника того, что он должен делать изо дня в день для успешного существования компании на рынке;
- Установка доверительного эффективного взаимодействия между различными иерархическими уровнями управления [2].

Выстраивая корпоративные ценности согласно приложенным четырем факторам, руководство сможет адаптировать своих сотрудников к изменению модели менеджмента. При перемене в сторону модели японского менеджмента необходимо помнить:

1. О дистанции власти (руководство морально на одном уровне с подчиненными, готово помочь и оно такой же игрок команды, как и все);
 2. О долгосрочной занятости и долгосрочном планировании (ставить цели на годы вперед, вовлекая людей в проекты идеями, выгодными для них перспективами, чтобы занятость в компании была постоянной);
 3. Об избегании неопределенностей (те самые выше перечисленные факторы изменения ценностей сотрудников достигаются прозрачностью информации и отношений в коллективе на разных уровнях управления);
 4. О переходе от индивидуализма к коллективизму (в какой-то степени сотрудники любой организации предпочитают действовать как индивиды, а не как члены какой-то проектной группы, соответственно, важно приобщать людей друг к другу путем совместных мероприятий, развитием корпоративной культуры и т.п.)
- При переходе от индивидуализма к коллективизму (в какой-то степени сотрудники любой организации предпочитают действовать как индивиды, а не как члены какой-то проектной группы, соответственно, важно приобщать людей друг к другу путем совместных мероприятий, развитием корпоративной культуры и т.п.) Весь профессионализм менеджмента сводится к

способности координировать и управлять ценностями компании. Оно предполагает выявление общих ценностей различных категорий работников, ведь именно они являются факторами результативности, создающими конкурентные преимущества, способствующие успеху компании. Эффективное управление корпоративными ценностями включает внимательное и уважительное отношение менеджмента к личностным ценностям работников, что ведет их к долгосрочному пребыванию в компании, приобщает и располагает к коллегам, способствует успешному развитию проектной деятельности, что, в свою очередь, помогает адаптироваться к новым моделям менеджмента. ■

1. Володина А.С., Экономика и управление, Володина А. С. Сравнительная характеристика японского, американского и европейского менеджмента // Молодой ученый. — 2010. — №1-2. Т. 1. — С. 178-180

2. Калюжнов Н. В. Внутриорганизационное обучение и развитие персонала в западной и восточной организационных культурах / Н.В. Калюжнов // Социальная регионология. Межвуз. сб. Иркутск: Иркут. ун-т, 2006. - Вып. 2. - С.86-118.

3. Павлова Н.А. Методы диагностики, формирования и развития организационной культуры / Н.А. Павлова М., 1995.С. 166.

4. Шонбергер Р. Японские методы управления производством. – М.: Экономика, 2001.с. 128.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Володина А.С., Экономика и управление, Володина А. С. Сравнительная характеристика

японского, американского и европейского менеджмента // Молодой ученый. — 2010. — №1-2. Т. 1. — С. 178-180

Калюжнов Н. В. Внутриорганизационное обучение и развитие персонала в западной и восточной организационных культурах / Н.В. Калюжнов // Социальная регионология. Межвуз. сб. Иркутск: Иркут. ун-т, 2006. - Вып. 2. - С.86-118.

Павлова Н.А. Методы диагностики, формирования и развития организационной культуры / Н.А. Павлова М., 1995.С. 166.

Шонбергер Р. Японские методы управления производством. – М.: Экономика, 2001.с. 128.

Analysis of management models: changing values from personal to corporate ones

© Gulyuk N. 2016

Nowadays the choice of the management model — Japanese, American or European — promotes company with successful management and allows achieving various goals. Most of the Russian companies adheres to the European model of management, while it is considered that the most productive one is the Japanese model, because of long-term planning, collectivism and orientation of employees to the corporate values.

The author highlights the key factors of changing values of the company, so that they could be on the same level with personal ones, which, respectively, will allow a company to adapt itself to a change of management mode in the future.

Keywords: values, Japanese management model, American management model, European management model.