

УДК 658.012.32

Р.Ф. Ярошенко, Т.А. Ярошенко

Киевский национальный университет строительства и архитектуры, Киев

ФОРМИРОВАНИЕ ЯДРА ЦЕННОСТЕЙ В ПРОГРАММАХ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Рассмотрены модели формирования и развития ядра ценностей финансовых организаций для ее устойчивого функционирования на конкурентных рынках. Анализируются модели создания добавленной ценности в программах развития организаций. Представлена математическая модель развития ядра ценностей организации на примере финансового учреждения.

Ключевые слова: заинтересованные стороны, ценность, ядро ценности, взвешенный индекс гармонизации ценности

Введение

Мировой финансовый кризис стал мощным толчком для инициации целого ряда инноваций в развитии финансовой системы мира и Украины. Глобальные рынки быстрее реагируют на экономические и политические угрозы очередной волны глобального финансового кризиса и постоянно отслеживают новые возможности эффективного развития на основе инновационных подходов. Интуитивно, профессиональное сообщество приходит к применению ценностного подхода в разных сферах деятельности. При этом модели, методы и методологии управления инновационными проектами и программами, построенные на основе ценностного подхода, практически еще не разработаны.

Решение подобных задач требует включения творческого потенциала команды менеджеров организации. Творческий потенциал обычно начинается с формулировки или идентификации проблем и/или вызовов и заканчивается формулированием решения. При этом реализуются два шага применения творческого потенциала к проблеме выбора решений. Первый – это психологическая подготовка, чтобы думать "за пределами ограничений": избавление от некоторых предвзятых мнений, запрет сконцентрироваться на проблеме в рамках известных способов решения. Второй оспаривает решение линейным и

логическим способами, которые включают отбор методов и инструментов проектирования, которые обычно помогают решать проблему в условиях турбулентности систем.

Постановка проблемы исследования

В условиях турбулентности финансовых рынков, проблема устойчивости финансовых организаций имеет фундаментальное значение. Авторами разрабатывается ценностный подход, как фундамент развития финансовой организации. При этом выдвигаются следующие гипотезы:

– устойчивость финансовой организации в условиях турбулентности рынков может быть оценена как устойчивость системы ценностей всех заинтересованных сторон;

– в условиях турбулентности фундаментальные изменения в системе ценностей происходят в определенные моменты времени, когда запускаются реактивные или проактивные механизмы, привязанные к срабатыванию триггеров, отображающих сложившуюся ситуацию.

Таким образом, построение модели системы ценностей организации, с учетом ключевых заинтересованных сторон, на примере финансовых организаций, при обеспечении устойчивости процессов развития в турбулентном окружении является *актуальной научной задачей*.

Цель статьи

Целью статьи является развитие ценностного подхода и построение системной модели

ФОРМУВАННЯ ЯДРА ЦІННОСТЕЙ В ПРОГРАМАХ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Розглянуто моделі формування та розвитку ядра цінностей фінансових організацій для її стійкого функціонування на конкурентних ринках. Анализуються моделі створення доданої цінності в програмах розвитку організацій. Представлено математичну модель розвитку ядра цінностей організації на прикладі фінансової установи.

CORE VALUES FORMATION IN DEVELOPMENT PROGRAM OF FINANCIAL INSTITUTIONS

The models of the formation and development of the core values of financial institutions for the stable functioning of a competitive market. Analyzes the model of creating added value in the programs of the organization. A mathematical model of the core values of the organization as an example of a financial institution.

гармонизированной ценности организации в реализации проектов и программ на примере финансовых учреждений.

Анализ последних исследований и публикаций

Методы формирования ядра ценности в развитии организации

Чтобы сформировать ценность дерева при производстве мебели, мы могли бы произвести стол и инновационным дизайном. Это – стратегическая задача. Чтобы увеличить ценность этого продукта, его можно покрасить, разрисовать или сделать раздвижным, чтобы размещать различное количество людей и экономить пространство в сложенном состоянии. Это тактическая задача. Глядя на прошедшие 50 лет глобального развития, мировое сообщество было вполне эффективным, исходя из открытия новых продуктов, услуг или технологий их производства.

В создании ценности продуктов или услуг, каждый использует различный набор компетенций, которые дают возможность различать стратегические и тактические задачи. Чтобы увеличить добавленную ценность, необходимы навыки технических решений проблемы, или "знаю как, тогда как", чтобы создать ценность, необходимы навыки креативного мышления, способности проникновения в суть вещей.

В практике *создания и управления* ценностью, как правило, рассматривают следующие три функции:

- *выявить ценность*. Идентифицировать ценность продукта проекта или его результата;
- *скопировать носитель ценности*. Имитация и копирование продукта, несущего в себе ценность;
- *навязать ценность*. Ценность — субъективное понятие, для того, чтобы стали покупать нечто, надо убедить, что совокупность потребительских качеств такого товара или услуги является жизненно важной с точки зрения характеристик, формирующих статус в нашей социальной группе.

При развитии организаций рассматриваются три варианта формирования ценностей.

3. Формирование ценностей организации происходит спонтанно в программе развития посредством:

- постепенной кристаллизации общих ценностей на основе опыта взаимодействия работников;
- принятия заинтересованными сторонами ценностей неформальных лидеров и авторитетов;
- копирования впечатляющих моделей поведения других заинтересованных сторон;

- почти незаметного изменения ценностей как следствия изменения отношений, мотивации, жизненных перспектив.

4. Формирование ценностей организации происходит осознанно благодаря продуманной политике менеджмента, которая включает [3]:

- разработку стратегически важных организационных ценностей;
- пропаганду этих ценностей с использованием презентаций и действий, не противоречащих личностным и групповым ценностям;
- оказание поддержки носителям ценностей;
- стимулирование копирования и тиражирования поведения, соответствующего организационным ценностям.

5. Ценности организации находят выражение в правилах, нормах и традициях, которые жестко или мягко регламентируют поведение персонала:

- поведение по выполнению должностных обязанностей и заданий;
- поведение по осуществлению делового взаимодействия;
- поведение в рамках межличностного общения работников.

Основные ценности организации формируют *ядро ценностей*, от устойчивости которого зависит успех организации в ее развитии.

Ядром ценности организации назовем набор ценностей, разделяемых внутренними и внешними заинтересованными сторонами.

Приведем пример задекларированного организацией ядра ценностей.

Наши ценности определяют тот набор правил, критериев и требований, которые мы предъявляем к каждому человеку, который является или хочет стать членом команды Организации. Наши ценности – это свод принципов, исходя из которых руководители Организации будут ставить цели и определять, достигнуты ли они. Эти ценности лежат в основе взаимоотношений между сотрудниками, системы управления внутри Организации, а также взаимоотношений Организации с клиентами, обществом, акционерами и инвесторами. Осознание и разделение философии и ценностей Организации принципиально важно для перехода Организации на новый качественный уровень развития.

Модель ядра ценностей организации

Рассмотрим модель ядра ценности, как интегрирующего фактора развития организации.

Пусть организация в своей деятельности опирается на N групп заинтересованных сторон.

Пусть каждая заинтересованная сторона имеет свои системы ценностей, поддерживающие их деятельность и развитие.

Множество ценностей ключевых заинтересованных сторон, представляется следующим образом $V = \{V_c, V_i, V_y\}$,

где V_c – множество базовых ценностей внешних заинтересованных сторон;

$V_c = \{v_{1c}, v_{2c}, \dots, v_{nc}\}$. Здесь n базовых количество ценностей внешних заинтересованных сторон.

V_i – множество базовых ценностей внутренних заинтересованных сторон;

$V_i = \{v_{1i}, v_{2i}, \dots, v_{li}\}$. Здесь l базовых количество ценностей внутренних заинтересованных сторон.

V_y – множество базовых ценностей высшего руководства организации;

$V_y = \{v_{1y}, v_{2y}, \dots, v_{my}\}$. Здесь m базовых количество ценностей руководства организации.

Пересечение множеств ценностей формирует ядро системы V .

$$V = \{V_c \cap V_i \cap V_y\}, \quad (1)$$

При этом $V = \{b_1, b_2, \dots, b_l\}, i = \overline{1, l}$

Здесь l количество элементов ядра ценностей.

Область 2 определяет пересечение ценностей двух из 3 заинтересованных сторон.

Область 3 определяет ценности, характерные только конкретной заинтересованной стороне.

Каждый элемент ценности приведенной модели определяется кортежем и характеризуется двумя признаками – идентификатором, весом взаимодействия (включая его направленность):

$$v_i = \langle I_i, w_i \rangle,$$

где I_i – идентификатор ценности;

w_i – весовой коэффициент ценности (включая направленность взаимодействия).

Определим понятие индекса гармонизации выделенных областей:

$$G_l = (\sum w_i) / l, i = \overline{1, l} \quad (2)$$

Значения коэффициента гармонизации области ценностей определяется знаком коэффициента G_l . Если значение этого коэффициента >0 , то ядро ценностей определяет устойчивую систему. Если значение этого коэффициента <0 , то ядро ценностей определяет неустойчивую, саморазрушающуюся систему.

Авторами смоделировано проникновение первой волны глобального финансового кризиса в один из банков Украины.

В качестве ядра ценностей рассматривались следующие разделяемые ценности руководством банка, его сотрудниками и клиентами:

- порядочность;
- стремление к совершенству;
- взвешенность и профессионализм;
- инициативность и креативность;
- результативность;
- открытость и доброжелательность.

Цепь распространения финансового кризиса была связана со следующей последовательностью сценариев, которые запускались соответствующими триггерами:

- сценарий 1: триггер – стабильная работа банка;
- сценарий 2: триггер – паника на валютном рынке;
- сценарий 3: триггер – отток депозитов;
- сценарий 4: триггер – невозврат кредитов;
- сценарий 5: триггер – невозврат кредитов.

Поведение ядра ценностей и двух индексов устойчивости приведены на рис.1.

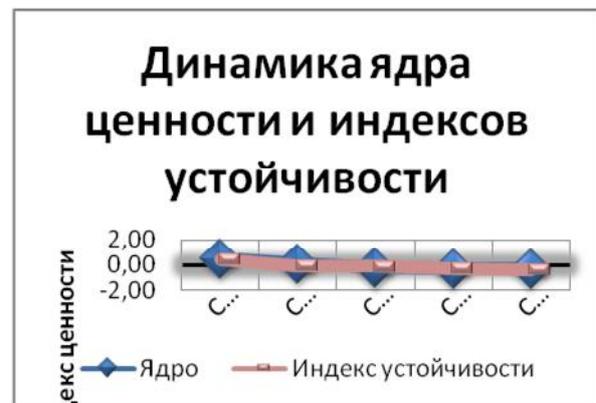


Рис. 1. Динамика поведения ядра ценностей банка в условиях финансового кризиса

Из этого примера видим, что разрушение ядра ценностей влечет за собой потерю устойчивости банка и требует мер антикризисного управления.

Полученные индексы ценности формируют поле ценностей организации, характеризуют ее устойчивость и потенциальные проблемы.

Из приведенного примера видно, что банк практически потерял устойчивость. Индекс гармонизации ценностей находится в критической зоне.

На основе приведенного подхода и моделей гармонизации ценностей авторами построен программный продукт в системе Excel, который существенно облегчает анализ альтернатив при выработке стратегий развития финансовых учреждений в условиях турбулентности. Фрагмент модели анализа ценностей банка в условиях первой волны финансового кризиса приведен на рис. 2.



Рис. 2. Пример фрагмента модели анализа динамики финансовой организации в условиях первой волны финансового кризиса

Анализ адекватности разработанной модели параметрам деятельности банка показал практически полное совпадение модельных оценок реальным состояниям организации.

Выводы

1. Разработка системной модели ценностей заинтересованных сторон позволяет оценивать устойчивость финансовой организации в условиях кризисных явлений.

2. Модель индекса ценностей является эффективным инструментом визуализации динамики состояний организации и позволяет выработать «креативный механизм» противодействия кризисным явлениям.

В заключение следует отметить, что в качестве направления дальнейших научных исследований необходимо *обобщить* системную модель ценностей на N заинтересованных сторон, *построить* динамическую модель ценностей с учетом различных видов турбулентностей внешнего и внутреннего окружения и изменения стратегии развития организации.

Список литературы

1. *Руководство по управлению инновационными проектами и программами. Р2М. Том 1, Версия 1.2 / Пер. с англ. под ред. проф. С.Д. Бушуева. – К.: Наук. світ, 2009. 173 с.*
2. *Ярошенко Ф.А. Руководство инновационными проектами и программами на основе системы знаний Р2М: Монография.// Ф.А. Ярошенко, С.Д. Бушуев, Х. Танака. – К.: «Саммит-Книга», 2012. – 272 с.*

3. *Азаров Н.Я. Инновационные механизмы управления программами развития./Н.Я. Азаров, Ф.А. Ярошенко, С.Д. Бушуев. - К.: Саммит Книга 2011, 564 с.*

4. *Бушуев С.Д. Креативные технологии в управлении проектами и программами. /С.Д. Бушуев, Н.С. Бушуева, И.А. Бабаев и др. – К.: Саммит книга, 2010, -768с.*

Статья поступила в редколлегию 25.05.2012

Рецензент: д-р техн.наук, проф. С.В. Цюцюра, Киевский национальный университет строительства и архитектуры, Киев.