УДК 658:001
DOI: 10.32342/2616-3853-2018-1-11-5

В.Є. МОМОТ,
доктор економічних наук, професор кафедри інноваційного менеджменту та міжнародної логістики Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

О.М. ЛИТВИНЕНКО,
старший викладач кафедри інноваційного менеджменту та міжнародної логістики Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

ЗАСТОСУВАННЯ РОЛЬОВОГО ПІДХОДУ ТА ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДО ВИРІШЕННЯ АКТУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ СУЧАСНОГО НАУКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Розглянуто можливість використання внутрішньої функції місії організації з потужною корпоративною культурою як засіб протидії інерції у відношенні до змін, що зазвичай виникає при впровадженні заходів, пов'язаних зі стратегією розвитку організації. Сформульований тезис аналізується за допомогою рольового підходу із залученням хмарних технологій пошуку даних за заданими ключовими словами. Отримано аналітичні співвідношення для визначення вірогідності виникнення нових суджень у межах рольового підходу та побудовано хмари тегів для внутрішніх функцій корпоративної культури для декількох розповсюджених інтернет-джерел, що присвячені цьому питанню, на основі яких оцінено вірогідність впровадження концепції використання потужної корпоративної культури як практичний інструмент для гармонізації стратегічного розвитку організації.

Ключові слова: корпоративна культура, місія організації, стратегічний розвиток організації, опір змінам, рольовий підхід, хмарні технології.

Рассмотрена возможность использования внутренней функции миссии организации с сильной корпоративной культурой в качестве средства противодействия инерции по отношению к переменам, которая обычно возникает при внедрении мероприятий, связанных со стратегией развития организации. Сформулированный тезис анализируется с помощью ролевого подхода с привлечением облачных технологий поиска данных по заданным ключевым словам. Получены аналитические соотношения для определения вероятности возникновения новых суждений в рамках ролевого подхода и построены облака тегов для внутренних функций корпоративной культуры по нескольким популярным интернет-источникам, посвященным данному вопросу, на основе которых оценена вероятность внедрения концепции использования сильной корпоративной культуры в качестве практического инструмента для гармонизации стратегического развития организации.

Ключевые слова: корпоративная культура, миссия организации, ролевой подход, облачные технологии, сопротивление изменениям, стратегическое развитие организации.

Вступ та постановка проблеми у загальному вигляді. Одна з проблем сучасного менеджменту в глобалізованому економічному просторі, що зазвичай виникають під час реалізації зусиль, спрямованих на стратегічний розвиток організації, є опір змінам, адже впровадження будь-яких стратегічних кроків призводить до радикальних перетворень, що можуть торкатися навіть підходів до ведення бізнесу [1]. Опір змінам є надпотужним фактором, що стримує розвиток організацій, тобто вини-

© В.Є. Момот, О.М. Литвиненко, 2018

кає парадоксальна ситуація, коли зусилля, які викликані саме необхідністю розвитку організації, у кінцевому рахунку спроможні спричинити гальмування такого розвитку. Значна кількість дослідників вбачають сильну корпоративну культуру одним з факторів, що може допомогти у вирішенні цього парадоксу [2–4]. Дійсно, якщо організація має сильну корпоративну культуру, спрямовану на інновації та розвиток, наприклад, культуру, що можна класифікувати, як адхократію, за Камероном та Куїном [5], то теоретично вона спроможна знаходити протидію силам інерції, які спричинюють опір змінам. Необхідно лише знайти достатньо потужний канал впливу, завдяки якому сильна організаційна культура компанії буде допомагати подолати інерцію.

Автори вважають, що у цій ситуації можливе використання певних властивостей місії організації. Місію організації у більшості випадків фахівці сприймають як інструмент зовнішньої комунікації, мессидж, що компанія надсилає до оточення, який є досить глибинним та може навіть пояснювати причини існування цієї компанії, вказувати на переваги, що існуючі та потенційні споживачі матимуть, використовуючи продукти компанії, вирізняти цю компанію та її продукті серед конкурентів. Але в той же час місія має цілком зрозумілу внутрішню функцію, що обслуговує не маркетингову діяльність, а стратегічний менеджмент компаній за умов глобалізованого середовища господарювання. Використання цієї функції дозволяє задіяти шуканий канал впливу на інерцію, що призводить до блокування змін у процесі стратегічного розвитку організації. Передусім, місія (а точніше, цінності, на яких вона базується) може бути використана як правила, що дозволяють не тільки відбирати персонал, який відповідає певним вимогам, але й групувати його навколо спільних уявлень про позитивне й негативне та мобілізувати на реалізацію загальної мети організації, навіть всупереч проблемам та перешкодам на цьому шляху.

Вибір методу дослідження. Незважаючи на очевидність наведених вище міркувань, досить складно провести дослідження, що дозволили б сформулювати принципи дії такого каналу, який трансформує суттєво нематеріальні категорії (думки, погляди та уявлення) у досяжні результати, що визначаються зменшенням опору змінам, й розробити теоретичний базис використання місії організації у контексті спрямованого розвитку корпоративної культури. Більш того, досить складно встановити, наскільки практики, що здійснюють управління стратегічним розвитком організацій, є обізнаними з можливістю ефективного застосування внутрішньої функції місії та поділяють вищевказані сучасні інтерпретації. Тому необхідно знайти надійний метод (підхід), що дозволяє зробити відповідні висновки та створити засадничі основи практичного використання найбільш важливих внутрішніх функцій місії.

За останню декаду як такий підхід, коли можливості формалізації завдання є досить обмеженими, а невизначеність та неповнота об’єктивної інформації стає визначальним фактором, все частіше використовується так званий рольовий підхід [6].

Виклад основного матеріалу. Рольовий підхід визнається як третій альтернативний шлях створення нових знань у бізнесі та менеджменті на додаток до аналітичного та системного підходів [6]. Згідно з цим підходом нове знання є результатом обговорення, а істина є похідною (продуктом) думок та позицій індивідів, що брали участь в обговоренні або в інших формах комунікацій (обміну думками). З одного боку, такий підхід дозволяє компенсувати недосконалість або навіть повну відсутність конкретної, специфічної інформації, замінивши її на судження, а з іншого – забезпечує інтенсивний обмін думками, ставленнями та досвідом між експертами, що залучені до процесу, тобто створює передумови для швидкого та ефективного розповсюдження нових знань. Враховуючи специфічність знань, що здобуті у такий спосіб, їх часто називають інсайтами (від англ. *insight* – зрозуміння, осяяння, одкровення).

Відповідно до рольового підходу реальність є «соціально відтвореною», тобто вона складається не з конкретних знань та фактів, що встановлені на підставі спостережень, а з різних змістовних структур (думок, точок зору, поглядів, позицій та ін.), які відповідають різним індивідуальностям, що залучені до відтворення реальності. Інди-

віди (актори) та реальність, що відтворюється, перебувають у діалектичному зв'язку – ми створюємо реальність у той же час, коли реальність створює нас.

Нове знання відповідно до цього підходу залежить від різних індивідуальностей, включаючи самого дослідника; реальність описується на різних структурних рівнях, що сформовані відповідно до того, як відрізняються погляди, інтерпретації і трактування реальності у різних акторів (індивідуальностей), які функціонують у власній сфері діяльності.

Дослідник намагається зрозуміти та описати неоднозначні діалектичні відносини, інтерпретація яких постійно змінюється та їм присвоюються різні змісти. Завдяки розумінню неоднозначності зростає наше знання про ті процесі, які є соціальним відтворенням реальності. Результат застосування підходу подається в різних формах описової мови та впроваджується на практиці за допомогою інтерактивних дій.

Результативність застосування рольового підходу цілковито залежить від особистості самого дослідника. З плином часу дослідник, що послідовно застосовує рольовій підхід, здатен оволодіти високою майстерністю у здобутті нових знань у сферах, де надвисокий вплив невизначеності та відсутня інформація належної якості. Крім того, дослідник може мати так звані метатеорії, що є своєрідними стартовими позиціями для загального розуміння та відповідного конструювання соціально структурованої реальності.

Але в ідеальному випадку для повністю адекватного відтворення реальності потрібно залучити нескінченну кількість акторів (або всю генеральну сукупність експертів, якщо мова йде про «вузьку», спеціалізовану проблему), тому що саме така кількість забезпечить 100-відсоткову вірогідність того, що всі без винятку позиції (погляди) будуть враховані під час узагальнення.

Відповідно, можна сформулювати дві вимоги стосовно критеріїв істинності у випадку використання рольового підходу:

– Абсолютна істина є досяжною при нескінченій кількості акторів.

– Абсолютною істиною є та пропозиція, яка підтримана усіма акторами без винятку.

Вивчимо особливості процесу формування істини при застосуванні рольового підходу на підставі вирахування вірогідності появи нових думок, точок зору, поглядів, позицій та ін., що можуть змінити наше розуміння проблеми. Перш за все нам необхідно зрозуміти, наскільки ми можемо наблизитися до істини при застосуванні такого підходу і що взагалі є істиною при його використанні.

Запропонуємо робоче визначення процесу наближення до істини при застосуванні цього підходу: показником досконалості істини є зростання кількості експертів, що поділяють певну думку, точку зору, позицію (висловлюють згоду з певною системою суджень). Спираючись на це робоче визначення, можна виділити наступні граничні теоретичні випадки:

1. Абсолютна недосконалість – усі експерти мають різні думки або розбіжні (унікальні) набори думок, тобто істина є недосяжною та її можна пізнати лише випадково, натрапивши на достовірну думку. Причому вірогідність знання істини зменшується у міру зростання кількості експертів, а також у міру зростання широти спектру думок в окремих експертів, при нескінченній кількості експертів вірогідність пізнання істини дорівнює нулю.

2. Абсолютна досконалість, абсолютна істина – усі експерти мають однакову думку або повністю збігається набір їхніх думок чи суджень. Тобто достатньо залучити лише одного експерта, щоб пізнати істину.

3. Абсолютна неповнота – усі експерти мають по одному окремому, розбіжному судженню, тобто для того, щоб пізнати всю істину, необхідно зібрати абсолютно всіх експертів – носіїв різних поглядів та думок. Усі поодинокі думки (назвемо їх бітами за аналогією з інформатикою) однаково важливі, оскільки один експерт має тільки один

погляд на проблему, явище чи процес і, отже, є невід'ємною частиною істини (див. визначення першого критерію істинності при використанні рольового підходу, що наведено вище).

Математичний опис для всіх цих випадків буде наведений нижче. Перш ніж перейти до його формулювання, розглянемо особливості, що пов'язані зі структурою та інтерпретацією суджень окремих експертів.

1. Перш за все, *результуючий набір суджень не є рейтинговою оцінкою*, тобто один експерт може мати свій власний рейтинг суджень, та усі разом ці судження формують істину. Але тим не менш, сукупний рейтинг, побудований на основі частоти повторюваності окремого висловлювання (судження) в усій сукупності думок експертів, є досить цікавою мірою, яка дозволяє виокремлювати домінуюче розуміння проблеми. Відношення кількості повторень до загальної кількості експертів буде служити мірою потужності окремого уявлення. Але при нескінченній кількості експертів такий рейтинг втрачає сенс.

2. Експерти *не є незалежними*, – уся методика рольового підходу базована на обміні думками, тому ми й висловлюємо положення № 3 як модельне припущення. Слід зауважити, що це положення є теоретичною інтерпретацією того факту, що за умов високої невизначеності нікому з експертів не досяжне істинне та повне знання проблеми, в той час як абсолютна неповнота інформації є причиною того, що у всіх експертів різні поодинокі думки (біти). Для досягнення повноти знання про проблему (явище) необхідно організовувати обмін думок, що, як зазначено вище, є основою рольового підходу. Математичний опис процесів обміну думками є дуже цікавим завданням, але це завдання перебуває за межами нашого дослідження.

3. Частота повторюваності думок дозволяє прогнозувати ймовірність появи певної думки в окремого експерта – це теоретичне положення необхідне для формування математичного опису теоретично можливих граничних випадків, які наведені вище. З огляду на цілі цього дослідження такий прогноз знадобиться при визначенні вірогідності того, що зміст уявлень, які відновлені за допомогою рольового підходу, буде переглянутий пізніше.

4. Для математичної формалізації процесу формування розбіжностей у поглядах експертів необхідно ввести поняття різноманітності думок, що визначається як найбільша ємність набору змістів (кількість окремих змістовних тверджень стосовно певного процесу чи явища), що можуть бути ідентифіковані на основі аналізу висловлювань експертів.

5. Зрозуміло, що в реальності, на відміну від теоретичних граничних випадків, що були визначанні вище, кількість експертів є обмеженою, особливо якщо сфера знань, де використовується рольовий підхід, є вузькою. Але якщо розглядати у часі процес накопичення знань у такій вузькій галузі, що характеризується значною невизначеністю, то можна помітити, що навіть стійкі судження не є постійними та можуть суттєво змінюватися у часі. Тобто процес формування думки у часі є джерелом нескінченої розмаїтості позицій експертів.

Відпрацювання цих теоретичних побудов буде проведене на матеріалах Інтернету (спеціальної літератури, розміщеної в Мережі, загальних та спеціальних форумів, соціальних та професійних мереж, де спілкуються фахівці, тощо) за допомогою хмари смислів (хмари тегів), яка наочно відображає певне судження, яке ми вважаємо базовим (або гіпотезу, яку ми вводимо), і структуру супутніх суджень, безпосередньо пов'язаних з нашим базовим судженням. Треба відзначити, що відповідна обробка матеріалів Інтернету, спрямована на визначення змісту суджень, які висловлюються фахівцями у різних сегментах мережі, є досить цікавим незалежним завданням, що вирішується за допомогою хмарних технологій, наприклад на платформі Amazon Web Services (https://aws.amazon.com) з використанням сервісу Amazon Elasticsearch Service, який постачається у форматі SaaS. Використання цього сервісу передбачає створення хмарного кластера та

динамічне завантаження до нього матеріалів, що відповідають критерію, визначеному користувачем з автоматичною індексацією та подальшим пошуком питомих ключових слів, на основі яких й будується хмара тегів. Джерелом відбору ключових слів може служити будь-яка наукова робота, яку присвячено обраній тематиці дослідження. Після завантаження цих ключових слів до хмарного кластера починається пошук, який у загальному випадку може бути не обмежений за часом, але, зрозуміло, для вирішення завдань цього дослідження було отримано зріз даних станом на грудень 2018 р. За необхідності хмарний пошук можна відтворити у будь-який момент часу.

Введемо такі позначення:

M – кількість (множина) експертів;

$\mathbb{N}$ – загальна (фундаментальна) кількість думок експертів, включаючи повтори;

ν – різноманітність думок, тобто ємність найбільшого набору різноманітних поглядів експертів (визначення див. вище);

N_i – співмножина думок окремих експертів, де $i = \overline{1,M}$.

Загальна кількість думок визначається як $\sum_i N_i$ за умови, що всі думки є різними.

Імовірність появи окремої думки може бути визначена для декількох граничних випадків, які введені вище:

1. У кожного експерта окрема і єдина думка (абсолютна неповнота):

$$p_{un} = \frac{1}{M}.$$

2. У кожного експерта розбіжний набір думок:

$$p_v = \frac{1}{\sum_i N_i}, p_v \ll p_{un}!$$

3. Думки збігаються у всіх:

$$p_c = \frac{n}{M},$$

де: n – ємність набору загальних думок, як правило, це маленьке число, якщо експертів багато, тобто в ідеальному випадку $n \to 1$ при $M \to \infty$. Однак число експертів, як правило, є вельми обмеженим, і чим більш вузькою є сфера пізнання, щодо якої ми визначаємо експертну думку, тим воно менше. Тобто в реальних ситуаціях набори думок експертів можуть бути досить різноманітними (ємними).

4. Одна думка у всіх:

$$p_{sc} = 1,$$

тут реалізується найбільша теоретична ймовірність.

5. Ідеальний обмін – ситуація, коли число думок збігається з числом експертів, тобто завжди відбувається «солідаризація» новоприбулих експертів з повною різноманітністю думок експертів, що вже висловили власну думку відповідно до проблеми чи явища. Це призводить до такого теоретичного випадку: $p_{sc} = 1$. Зрозуміло, в реальній ситуації, навіть у тому випадку, коли експерти користуються для обміну думками соціальними мережами, ідеального обміну не відбувається, хоча б тому, що експерти характеризуються різним досвідом, різними симпатіями і антипатіями тощо.

6. В експертів різні набори думок, між якими існують збіги. Це найрозповсюдженіший випадок, тому його вивчення є найбільш важливим. Очевидно, що вірогідність появи окремої нової думки в цьому випадку не буде константою, а буде перебувати в певному інтервалі, що визначається «середньою» розмаїтістю думок, тобто питомою часткою фундаментальної кількості думок, що відповідає одному експерту та ємністю найбільш широкого набору думок (див. визначення вище):

$$p_{overlap_{new}} \in \left[\frac{M}{\mathbb{N}}; \frac{1}{\nu}\right].$$

У той же час вірогідність повторно зустріти у наборі змістів певного експерта думку, що вже висловлювалася, буде більше, ніж ймовірність нового змісту, та дорівнює повній вірогідності за відніманням вірогідності появи окремої нової думки:

$$p_{overlap_{old}} = 1 - p_{overlap_{new}}.$$

У граничних випадках ці формули зводяться до визначень p_{sc} та p_c.

Емпіричним «полігоном» для нашого дослідження є різні висловлювання (ключові слова), взяті з наукової літератури та спеціалізованих професійних форумів, які стосуються гіпотези, що була висловлена на початку, або інтерпретують її. Ці матеріали завантажувалися до хмарного кластера в AWS, і виконано пошук за тегами «корпоративна культура», «функції». На підставі підрахунку різних суджень, які публікуються в цих джерелах, за формулами, що наведені вище, можна визначити ймовірність появи нових смислів (змістів, інтерпретацій), нових висловлювань, які ми, можливо, не врахували, але вони можуть мати велике значення для розуміння досліджуваного процесу. Саме таким чином можна компенсувати основний недолік рольового підходу, який полягає в тому, що істина є продуктом обмеженого набору думок (опіній) учасників обговорення. У той же час «потужність» поширених суджень, позицій або інтерпретацій, які вже увійшли в нашу систему знань про предмет, процес, явище, покаже хмара смислів, яку можна побудувати за визначеним нами набором джерел.

Можна графічно подати карту варіантів (рис. 1) та вказати на ній ймовірності появи нових думок в експертів, що не були залучені до аналізу. При досить значній кількості експертів, що можуть бути залучені до дослідження завдяки використанню хмарних технологій, як привило, ця вірогідність є дуже малою.

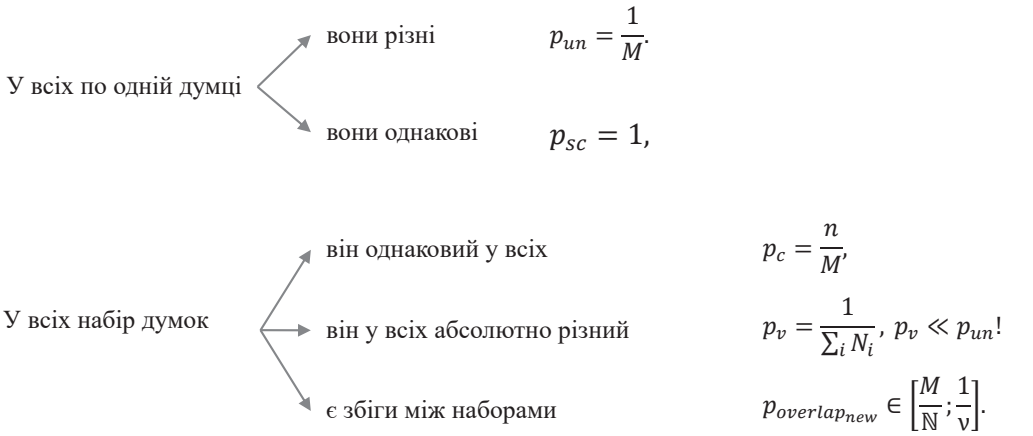

Рис. 1. Карта варіантів структури суджень експертів у рамках рольового підходу (формули задають ймовірність появи нової думки)

З огляду на особливості рольового підходу, ми визначаємо «потужність» пануючої думки, тобто число її повторень в оцінках експертів (респондентів), й за наведеними формулами можемо оцінити ймовірність появи нових думок, які можуть стати панівними в перспективі. Слід зауважити, що на основі вищенаведених формул ми можемо лише визначити ймовірність появи нової думки, для моделювання процесу

перетворення цієї думки на панівну необхідні спеціальні математичні моделі, які описують поширення суджень у мережах і особливості залучення нових прихильників цих суджень. Однак у контексті нашого дослідження ми не вивчаємо процеси обміну інформацією, «тісноту», частоту, критерії, які експерти використовують при перевірці «чужих» думок і солідаризації з ними, оскільки це перебуває за рамками методології рольового підходу.

Тому про повноту або неповноту істини ми судимо за ймовірністю появи нових суджень. Власне, нам це потрібно для вирішення дещо іншого завдання – оцінки «потужності» концепції/думки, що нас цікавить, і порівняння її з пороговими значеннями. Або, якщо ми пропонуємо концепцію, з якою експерти ще не знайомі (чи ще не визнали), нас цікавить оцінка вірогідності включення цього (теоретичного) положення в обговорення між експертами та/або орієнтованість на це практиків.

Зрозуміло, що у випадку аналізу «прихованих» функцій місії організації у контексті розвитку корпоративної культури на основі ключових слів, що запозичені з популярних інтернет-публікацій, неможливо залучити до дослідження генеральну сукупність експертів. Але хмарний пошук та побудова структур змісту на основі публікацій, розміщених у Мережі, де були використані задані ключові слова, може бути розумним наближенням до такого охоплення. Як графічне відображення структур змісту з джерел, що були завантажені до кластера внаслідок пошуку за ключовими словами, було використано хмару тегів.

Підходи до застосування хмар тегів. Відповідно до думки авторів Wikipedia можна виокремити три головних підходи у застосуванні хмар тегів [7], які відрізняються насамперед за призначенням, та є майже тотожними за зовнішнім виглядом:

– першій підхід – це створення тегу для частоти використання кожного ключового слова з окремого текстового фрагмента;

– другий підхід – це побудова глобальної хмари тегів, де частоти розподілені за всіма ключовими словам та сайтами;

– відповідно до третього підходу хмара складається з категорій, потужність яких визначає кількість підкатегорій.

У результаті використання першого підходу хмара тегів являє собою розміщення ключових слів відповідно до кількості їх вживання у фрагменті тексту, тобто для застосування цього підходу для вирішення завдань нашого дослідження треба сформувати мегатекст з усіх документів, які присвячені обраній тематиці. Зрозуміло, що такий текст буде цілком позбавлений смислу, та й технічно побудова такого тексту, який у випадку достатньо широкої сфери знань, де використовується рольовий підхід, може складатися з мільйонів окремих елементів, є дуже кропіткою та важкою працею. При використанні другого підходу розмір окремого тегу в хмарі відповідає кількості згадувань в окремих (ізольованих) змістовних текстах, до яких був застосований тег, що еквівалентно популярності тегу. Тобто при такому підході зміст окремих фрагментів не спотворюється, замість цього будується рейтинг згадування певного судження у множині документів, присвячених певній тематиці. Цей підхід значно більше пристосований для вирішення завдань нашого дослідження. Застосування третього підходу базується на ключових словах як способі класифікації змістовних елементів (текстів). Хмара будується, починаючи з «великих» (потужних) тегів, що відповідають найбільшій кількості визначених наперед ключових слів в окремому змістовному елементі. Саме цей підхід відповідає завданням цього дослідження, і він був відтворений при побудові хмарної структури завдяки завантаженню до неї матеріалів, які містять ключові слова, визначені користувачем, та відшукуються за вказаними правилами серед сайтів, присвячених обраній тематиці, у нашому випадку – дослідженням корпоративної культури.

Треба зауважити, що існує ще декілька досить специфічних підходів до побудови хмари тегів, наприклад, кластерний підхід, що базується на пошуку спільної зустрічальності множини ключових слів в окремих документах. У такому випадку

наперед визначений кластер може відповідати словесному формулюванню цілої гіпотези дослідження. Цей підхід може також бути дуже цікавим для використання спільно з рольовим підходом, але його застосування не входить до завдань нашого дослідження.

Візуальне подання. Теги в хмарі розподілені за вагою, тобто за кількістю згадок у відібраних елементах. Крім того, змінюються інші візуальні властивості, такі як колір, яскравість, та ширина на додаток до розміру шрифту. У цій роботі застосовано так звану «класичну хмару», коли теги заповнюють форму відповідно до їх довжини та розміру шрифту, що збільшується в міру зростання кількості згадок у змістовних елементах, що були завантажені до хмарної структури (рис. 2–4).

Рис. 2. Хмара тегів, що побудовані на основі ключових слів, запозичених зі статті на сайті http://kirulanov.com/korporativnaya-kultura-v-sovremennom-biznese/

Рис. 3. Хмара тегів, що побудовані на основі ключових слів, що запозичені зі сторінки сайту http://hr-portal.ru/tags/korporativnaya-kultura

Рис. 4. Хмара тегів, що побудовані на основі сайту http://psychomedia.org/articles/364

На рис. 2–4 наведені хмари тегів, що були побудовані за допомогою цих трьох підходів, які перебувають у цілковитій відповідності до методології, що була описана вище. Хмари тегів побудовані на матеріалах російськомовного Інтернету за допомогою інструментарію сайту https://wordcloud.pro/ru, до якого завантажувалися результати пошуку за ключовими словами з хмарного кластера в Amazon Web Services. Для кожного джерела було завантажено приблизно 5 000 окремих документів з професійних джерел та форумів, тобто вірогідність появи нових поглядів на проблему, що визначається за наведеними вище формулами, є дуже низькою. На жаль, україномовний Інтернет ще не забезпечує достатньою кількість матеріалів, що дозволили б формувати потужні масиви даних, які відповідають теоретичним умовам, сформульованим вище.

Загальний висновок, який можна зробити, аналізуючи ці хмари, полягає в тому, що матеріали Інтернету досить поверхово трактують функції корпоративної культури та не містять згадувань про вплив на інерцію та супротив стратегічним змінам організації. Дуже часто джерела складаються з опису досвіду провідних закордонних підприємств у галузі керування корпоративною культурою та характеризуються значною питомою вагою взаємного запозичення. Це свідчить про обмеженість експертних оцінок у цій досить вузькій галузі знань, принаймні у сегменті російськомовного Інтернету. Разом з тим усі хмари включають теги «зразки», «ідеї» та «цінності», такі аспекти, як лідерство, що свідчить про можливість використання корпоративної культури як інструмент мобілізації персоналу на вирішення завдань стратегічного розвитку організації, в чому, відповідно до авторської гіпотези, й полягає внутрішня функція корпоративної культури.

Таким чином, підбиваючи підсумки аналізу можливостей застосування рольового підходу та сучасних хмарних технологій до вирішення актуальних завдань сучасного наукового менеджменту, можна зробити такі висновки:

1) рольовий підхід, реалізований за допомогою хмарних технологій, дійсно спроможний вирішувати актуальні завдання в галузях знань, що характеризуються високою невизначеністю та залежністю від позицій експертів, коли нестачу конкретних знань компенсують авторитетними судженнями;

2) запропоновані аналітичні вирази дозволяють визначити вірогідність появи нових знань у певній галузі, де переважно застосовується рольовий підхід відповідно до якісного характеру суджень, які висловлюються експертами;

3) разом з тим розроблений підхід виявився дуже залежним від правил відбору змістовних елементів для побудови хмари тегів та визначення сегмента мережі для пошуку цих елементів.

Відповідно до зазначеної проблеми як напрям подальших досліджень слід вказати розробку специфічних правил пошуку в Мережі змістів, що стосуються аналізованої проблеми (явища) та використання кластерного підходу, який теоретично дозволяє вживати словесне формулювання робочих гіпотез дослідження.

Список використаних джерел

1. Kanter R.M. Men and women of the corporation / R.M. Kanter. – New York, NY: Basic Books, 2010. – 412 p.
2. Yang D. Corporate culture: 152 most asked questions – what you need to know / D. Yang. – Brisbane: Emereo Publishing, 2014. – 364 p.
3. Yomere G. Corporate culture: A bridge or barrier to organisational performance / G. Yomere. – Abraka, Nigeria: Delta State University, 2010. – 218 p.
4. Youssef C.M. Positive Psychological Capital in the Workplace / C.M. Youssef, F. Luthans // Designing Positive Psychology. – 2011. – P. 351–364. doi:10.1093/acprof:oso/9780195373585.003.0023
5. Cameron K.S. Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework / K.S. Cameron, R.E. Quinn. – San Francisco, CA: Jossey-Bass, 2011. – 288 p.
6. Arbnor I., Bjerke B. Methodology for creating business knowledge / I. Arbnor, B. Bjerke. – Los Angeles: Sage, 2014. – 464 p.
7. Облако тегов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ru.wikipedia.org/wiki/Облако_тегов

References

1. Kanter, R.M. (2010). *Men and women of the corporation*. New York, NY: Basic Books, 412 p.
2. Yang, D. (2014). *Corporate culture: 152 most asked questions - what you need to know*. Brisbane: Emereo Publishing, 364 p.
3. Yomere, G. (2010). *Corporate culture: A bridge or barrier to organisational performance*. Abraka, Nigeria: Delta State University, 218 p.
4. Youssef, C.M. & Luthans, F. (2011). Positive Psychological Capital in the Workplace. *Designing Positive Psychology,* pp. 351-364. doi:10.1093/acprof:oso/9780195373585.003.0023
5. Cameron, K.S. & Quinn, R.E. (2011). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 288 p.
6. Arbnor, I. & Bjerke, B. (2014). *Methodology for creating business knowledge*. Los Angeles: Sage, 464 p.
7. Oblako tegov. Available at: https://ru.wikipedia.org/wiki/Облако_тегов

THE ROLE APPROACH AND CLOUD TECHNOLOGIES APPLICATION TO SOLVING THE ACTUAL TASKS OF MODERN SCIENTIFIC MANAGEMENT

Volodymyr E. Momot, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine). E-mail: vmomot@duan.edu.ua
Olena M. Lytvynenko, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine). E-mail: elena_litvinenko@duan.edu.ua

DOI: 10.32342/2616-3853-2018-1-11-5
Key words: ***corporate culture, organization's mission, actors approach, cloud technologies, resistance to change, strategic development of the organization.***

The article discusses the possibility of using the internal function of the organization's mission with a strong corporate culture as a tool for countering inertia related to change, which usually arises when introducing measures tied with the organization's development strategy.

The formulated thesis is analyzed using an actor's approach utilizing cloud-based data retrieval technologies for given keywords. The actors approach is a very powerful tool for creating new knowledge in business and management adding value to traditional analytical and system-based approaches. According to this approach new knowledge is the result of a discussion and truth is the product of the thoughts and attitudes of the individuals who took part in the discussion or in other forms of communication. This approach can compensate the incompletion or even total lack of specific information, replacing it with judgments.

Analytical relationships were obtained to determine the likelihood of new judgments in the actors approach. An indicator of "verity perfection" is proposed being the growth rate of the number of experts sharing a certain opinion, the point of view, attitude (or at least express consent to a certain system of judgments). The resulting set of judgments is not a rating, that is, one expert may have his or her own priority of judgments, but all these judgments form the truth together. Nevertheless, the aggregate rating, built on the basis of the frequency of a separate judgment met in the entire set of expert opinions, is a rather interesting measure that allows to distinguish the dominant understanding of the problem. The ratio of such a frequency to the total number of experts will measure the power of certain judgment.

An empirical base for the study is various statements (keywords) derived from scientific literature and specialized professional forums that relate to the hypothesis that was expressed towards the corporate culture important function. These materials were loaded into a cloud cluster in AWS and a search was performed for the tags "corporate culture" and "functions". Based on the quantity of various judgments appearing in these sources the probability of emerging new meanings was determined.

Tag clouds were built for the internal functions of corporate culture from some popular Internet sources related to this issue, based on which the probability of introducing the concept of using a strong corporate culture as a practical tool for harmonizing strategic development of an organization was assessed.

Одержано 30.09.2018.