

УДК 331.108.2

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА: СУЩНОСТЬ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА*Ячменева В.М., Царенко Н.В.*

Целью статьи является анализ теоретических аспектов корпоративной культуры и перспективности направления исследования.

Ключевые слова: *корпоративная культура, организационная культура, предпринимательская культура, ретроспективный анализ.*

Исследование корпоративной культуры вызвано тем, что имеет высокую практическую и экономическую значимость в формировании имиджа компаний, фирм, организаций. Интеграция экономики Украины в ЕС определяет для предприятий приоритетными условиями функционирования жесткую конкуренцию. Конкурентное предприятие должно иметь конкурентоспособную корпоративную культуру, которая является основой социально-экономического единства. Исследование проблем и решение задач направленных на формирование конкурентоспособной корпоративной культуры сегодня актуально как никогда.

Проблемам формирования корпоративной культуры посвящено большое количество теоретических публикаций западных и отечественных ученых и специалистов, таких как Х. Шварц и С. Дэвис [7], В. Сате [9], К. Голд [7], Э.Шайн [14], Г. Морган [9], Б. Феган [6], С.В. Шекшня [15], И.В. Грошев [2], Г.Л. Хаег [4], А.А. Максименко [6], А.Е. Воронкова [5] и других. Но, несмотря на это не выработано единого подхода к понятийному аппарату, отсутствуют подходы к формированию корпоративной культуры и оценки ее эффективности.

Целью статьи является анализ теоретических аспектов корпоративной культуры и перспективности направления исследования.

Для достижения поставленной цели решены следующие задачи:

- проведен ретроспективный анализ теории корпоративной культуры;
- сгруппированы теории корпоративной культуры по их целевой ориентированности.

Трудности определения понятийного аппарата обусловлены сложностью однозначного толкования. Ученые, рассуждая о корпоративной культуре, имеют в виду разные ее аспекты в зависимости от того, на что сориентированы их интересы исследования.

Авторы, характеризующие культуру компании, обычно используют один из двух терминов: организационная или корпоративная. Большинство работ, посвященных как организационной, так и корпоративной культуре по своей сути одинаковы, только некоторые ученые вводят разделение этих понятий.

А. Максименко считает, что их дифференциация определяется масштабом организации, предлагая в качестве порогового параметра тысячу работников, и при этом утверждает, что в крупных организациях отсутствует внутренняя неформальная структура и знакомства на уровне статусов [6]. И. Грошев полагает, что понятие «организационная» применимо к локальной отраслевой организации, «корпоративная» к многопрофильной международной корпорации, а «предпринимательская» к культуре малых предприятий [2]. Но понятия «организационная», «корпоративная» и «предпринимательская» культуры как экономическая категория являются синонимами. Во всех случаях речь идет о культуре организации, а конкретизация в отношении масштабов организации, сложности ее структуры, внутренних коммуникаций, является уже характеристикой параметров организаций, но никак не принципиально разными направлениями в культуре. И если классическая теория менеджмента под термином организация понимает, прежде всего, систему, то термины «организационная культура» и «корпоративная культура» будут подменять друг друга.

Авторы статьи предлагают сгруппировать понятия корпоративной (организационной) культуры в зависимости от того, на что они сориентированы по целям. Необходимо отметить, что многие формулировки могут принадлежать сразу к нескольким группам. Следовательно, четкого разграничения нет, что еще раз подтверждает вывод о подмене понятий.

В рамках проведенных исследований предлагается следующая группировка теоретических

взглядов по сориентированным целям корпоративной культуры:

- Корпоративная культура, ориентированная на ценности коллектива;
- Корпоративная культура, ориентированная на ценности руководства;
- Корпоративная культура, ориентированная на традиционные поведенческие ограничения;
- Корпоративная культура, ориентированная на кодекс иерархий;
- Пространственно-временная корпоративная культура.

Рассмотрим более подробно теории корпоративной культуры в разрезе предложенных группировок.

Корпоративная культура, ориентированная на ценности коллектива. В большинстве определений этой группы организационная культура трактуется как набор определенных ценностных представлений, характеристик.

По определению Х. Шварца и С. Дэвиса корпоративная культура представляет собой комплекс убеждений и ожиданий, разделяемый членами организации. Эти убеждения и ожидания формируют нормы, которые в значительной степени определяют поведение в организации отдельных личностей и групп [7]. В. Сате считает, что культура представляет собой набор важных установок (часто не формулируемых), разделяемых членами того или иного общества [9]. К. Голд определил корпоративную культуру как уникальные характеристики воспринимаемых особенностей организации, то, что отличает её от всех других в отрасли [7]. По мнению Э. Шайна организационную культуру следует рассматривать как глубинный уровень основополагающих предположений и убеждений, разделяемых членами организации, которые действуют бессознательно и определяют в основном «принятый без обоснований» привычный способ воспринимать и оценивать себя и среду [14]. При этом Э. Шайн связывает появление этих «принятых на веру», не требующих доказательства предположений и убеждений с прежним опытом организации, в котором она могла убедиться, что все эти предположения и убеждения подтверждались, помогая выживать и развиваться в среде и решать внутренние проблемы интеграции. Того же мнения придерживаются П. Добсон, А. Уильямс, М. Уолтерс [9], С. Мишон и П. Штерн [13], Д. Дреннан [9] и З.П. Румянцева [10].

Очень часто организационная культура трактуется как принимаемые философия и идеология управления, предположения, ценностные ориентации, верования, ожидания, нормы, лежащие в основе отношений и взаимодействий как внутри организации, так и за ее пределами.

По мнению О.С. Виханского и А.И. Наумова корпоративная культура представляет собой набор наиболее важных правил, принимаемых членами организации в виде заявленных организацией ценностей, задающих людям ориентиры по поведению и действиям [1]. С этих же позиций рассматривают корпоративную культуру Мескон, Альберт и Хедуори [6], Г. Минцберг, Д. Ньюстром и К. Дэвис, немецкий исследователь Лутцфон Розенштиль [13].

Некоторые авторы, определяя организационную культуру через набор характеристик и представлений, делают акцент на ее уникальные, неповторимые черты, характеризующих данное общество людей, т.е. их социальный статус.

Корпоративная культура, ориентированная на ценности руководства. Этот подход исследует факторы, влияющие на организационную культуру и воздействующие на жизнь организации. В данной группе кроме определения корпоративной культуры через составляющие ее части, т.е. нормы, ценности, убеждения, образы поведения и т.п., подчеркивается способность содействовать решению проблем организации, достигать поставленных целей и продвигаться к успеху.

Д. Элдридж и А. Кромби под культурой организации понимают уникальную совокупность норм, ценностей, убеждений, образов поведения и т.п., которые определяют способ объединения групп и отдельных личностей в организацию для достижения поставленных перед ней целей [9]. Похожие по сути определения можно найти у таких авторов как Э. Шайн [14] и Э. Браун [9].

С.В. Шекшня [15], Е.Н. Штейн [9], Т.О. Соломанидина [12] в своих работах делают акцент на роль организационной культуры в качестве инструмента достижения целей организации.

Ученые А.А. Максименко [6], А.Е. Воронкова и др.[5] считают, что в процессе формирования эффективной культуры предприятия принципиальным условием является присутствие элемента

целенаправленного управленческого влияния, характерной чертой которого является сопоставимость целей всех работников.

Корпоративная культура, ориентированная на традиционные поведенческие ограничения. Некоторые авторы определяют организационную культуру как модель, манеру или способ деятельности, поведения и мышления. С этих позиций рассматривают культуру предприятия Э. Джакс [7], Дил и Кеннеди [13].

Согласно определению Г. Моргана, культура в метафорическом смысле - это один из способов осуществления организационной деятельности посредством использования языка фольклора, традиций и других средств передачи основных ценностей, убеждений, идеологий, которая направляет деятельность предприятий в нужное русло [9].

Б.Ф. Усманов считает, что организационная культура корпорации представляет собой традиции и манеру поведения, в которых воплощаются основные ценности организации, ее кадрового состава [6]. Согласно определению Фенхам и Гюнтер, культура - это способ, которым мы действуем [13]. Д. Олдхэм подчеркивает, что чтобы понять, что такое культура организации, необходимо рассмотреть методы выполнения работы и то, как обращаются с людьми в этой организации [7].

По мнению Б. Фегана, организационная культура компании - это внутренняя модель того, как люди делают дела, во что они верят, что поощряется и что ведет к наказаниям. Это то, почему люди занимаются различной работой в рамках компании. Это то, как одна часть компании видит другую ее часть, и какие формы поведения выбирает для себя каждое из подразделений в результате этого видения [6]. Н.С. Злобин в своих работах указывает, что организационная культура - это творческая, созидательная деятельность организации, как прошлая, воплощенная в ценностях, традициях, нормах, так и настоящая, основывающаяся на материализации этих ценностей, норм и традиций [7].

Американский исследователь и консультант предприятий Роберт Аллан и журналистка Шарлота Крафт определяют культуру как более или менее долгосрочную конъюнктуру сил, побуждающую членов коллектива специфически реагировать на определенные цели [13].

Корпоративная культура, ориентированная на кодекс иерархий. Достаточно популярной является интерпретация понятия «организационная культура» в соответствии со структурно-функциональными традициями как системы образцов, норм, разрешаемых членам общности и ролей, которые соответствуют определенным верховным ценностям. Иными словами, предприятие представляет собой сложную систему, состоящую из различных подсистем: технологической, административной, социальной и т.д. Культура в этом подходе рассматривается как одна из подсистем, выполняющая функции адаптации предприятия к окружающей среде и идентификации его сотрудников. Вместе с тем, сторонники структурно-функционального подхода указывают, что культура - это не обычная подсистема, а наиболее важная. Именно она выполняет цементирующую роль для всех других подсистем организации.

А. Петтигрю отметил, что культура - это система таких общественно принятых смыслов, существующих в данной группе в данное время, совокупность определенных ограничений, устойчивых настроений и образов, которая интерпретирует ситуацию для индивида [9].

Согласно определению американского исследователя и консультанта П.Б. Вейла, под культурой можно понимать систему отношений, действий и артефактов, которая выдерживает испытание временем и формирует у членов данного культурного общества довольно уникальную общую для них психологию.

В качестве наиболее важной подсистемы предприятия рассматривают корпоративную культуру такие ученые как А.Л. Колос и Д.А. Репка [3], В.А. Погребняк [8]. Г.Л. Хагет считает, что корпоративная культура состоит из субкультур разных уровней, элементы которых оказывают влияние друг на друга может быть представлена как многоуровневая структура в вертикальными и горизонтальными, прямыми и обратными связями [4]. Одно из самых полных в этой группе определений организационной культуры приводит Э.А. Смирнов в своей работе «Основы теории организации» - это система общественно прогрессивных формальных и неформальных правил и норм деятельности, ценностей, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особен-

ностей поведения персонала данной организационной структуры, стиля руководства, показателей удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества и совместимости работников между собой и с организацией, перспектив развития [10].

Пространственно-временная корпоративная культура. В эту группу входят определения корпоративной культуры, выделяющиеся из общей массы. В этих определениях организационная культура предстает как некая метафора.

Э. Петтигрю увидел в организационной культуре «ясно выраженную социальную ткань», которая, подобно соединительным тканям в теле человека, прикрепляет «кости» организационной структуры к «мышцам» организационных процессов [13].

Известный голландский ученый Г. Хофстеде назвал организационную культуру психологическим активом организации, который может быть использован для прогнозирования финансовых результатов деятельности фирмы через пять лет и определил ее коллективное программирование мыслей, которое отличает членов одной организации от другой [6]. Немецкий психолог Рольф Рюттингер считает, что культура и связанные с ней представления о ценностях не являются жесткими понятиями, как организация структуры и процесса, руководящие политические и деловые направления, стратегии и бюджеты. Культура - это самый мягкий материал из всех, которые существуют. Но «мягкое» оказывается «жестким» на преуспевающих предприятиях [10]. Фенхам и Гюнтер отмечают, что культура представляет собой «социальный клей» и создает «совместное чувство», противодействуя, таким образом, процессам дифференциации, которые являются неизбежной частью организационной жизни [13]. Барри Феган в своем пособии для руководителей и менеджеров определяет организационную или корпоративную культуру как историю, представленную в настоящем [6].

Другие интересные «метафоры», которые встречаются в определениях организационной культуры: «регулятор обмена», «механизм контроля», «компас», «священная корова», «магнит», «парадигма», «контракт», голограмма», «социальная энергия», «остров ясности», «шоры», «беспорядок». Таким образом, метафорические определения могут носить как положительную, так и отрицательную окраску.

Культуру организации принято рассматривать как сложную композицию важных предположений, норм, установок, ценностных ориентаций и символов, которых придерживаются члены организации в своём поведении и действиях. Эти предположения часто связаны с видением окружающей среды (группы, организации, общества, мира) и регулирующих ее переменных (природа, пространство, время, работа, отношения, и т.д.). При этом каждый автор подчеркивает какой-то определенный аспект, функцию или свойство корпоративной культуры.

ВЫВОДЫ

Таким образом, развитие теоретических аспектов корпоративной культуры, каждого из выявленных направлений не имеет ограничений во времени и может развиваться дальше приобретая сторонников или противников.

Проведенные исследования позволяют сделать следующие выводы:

во-первых, ретроспективный анализ показал, что существуют разные интерпретации понятийного аппарата корпоративной культуры, но по сути как экономическая категория они подменяют друг друга;

во-вторых, выявили, что каждая из теорий ориентируется его основателем на определенные цели;

в-третьих, именно конкретные цели корпоративной культуры дают право авторам сгруппировать их как предложено в статье;

в-четвертых, каждая из теорий имеет свои достоинства и недостатки, но ни одна из них не может быть представлена как идеальная, что определяет перспективность дальнейшего исследования;

в-пятых, рассмотренные теории не дают конкретных методических рекомендаций и подходов к формализации, как самой корпоративной культуры, так и отдельных ее элементов;

в-шестых, попытки формализовать корпоративную культуру через теорию мотивации были у ряда авторов, но отнести их к прямым инструментам корпоративной культуры не корректно, так как она косвенно отражает затраты на корпоративную культуру.

Исследование затрат на корпоративную культуру, формирование бюджета корпоративной культуры, моделирование процессов и иерархий предпочтений в корпоративной культуре является наиболее перспективным и не изученным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. - М.: Гардарики, 1998.-498с.
2. Грошев И.В., Емельянов П.В., Юрьев В.М. Организационная культура. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2004.-376с.
3. Колос А.Л., Репка Д.А. Место и роль организационной культуры в антикризисном управлении предприятием - В кн.: Труды филиала МГТУ им. Н.Э. Баумана в г. Калуге. Специальный выпуск: Материалы междунаrodn. науч.-техн. конф. «Приборостроение 99».- Калуга: Изд-во Н. Бочкаревой, 1999, С.8-11.
4. Корпоративна культура: Навчальний посібник/ Під заг.ред. Г.Л.Хаста.-Київ: Центр навчальної літератури, 2003.– 403с.
5. Корпорації: управління та культура. Моногр. / За заг. ред. д. е. н., професора А.Е.Воронкової.- Дрогобич: Вимір, 2006.-376с.
6. Максименко А.А. Организационная культура: системно-психологические описания: Учеб. пособие.- Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2003.- 168с
7. Организационное поведение. Учебник для вузов. А.Н. Силин, С.Д. Резник, А.Н. Чаплина, Н.Г. Хайруллина, Э.Б. Воронова. Под ред. проф. Э.М. Короткова и проф. А.Н. Силина. - Тюмень: Вектор Бук, 1998. - 308 с.
8. Погребняк В.А. Культура организации как объект регулярного управления // Вопросы управления предприятием. - 2005. - № 1(13) - С. 59-64.
9. Родин О. Концепция организационной культуры: происхождение и сущность/ Менеджмент. - 1998. - № 7. - М.: Школа Бизнеса МГУ, ТОО «Барма» - С. 67-77.
10. Румянцева З.П. Менеджмент организации. - М.: ИНФРА-М, 1995.-352с.
11. Смирнов Э.А. Основы теории организации. М., 1998.-423с.
12. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании. Учебное пособие. - М.: ООО «Журнал управление персоналом», 2003.- 456 с.
13. Черных Е.А.Организационная культура- междисциплинарность понятия и концептуальная сложность определения/материалы сайта www.kadrovik.ru.
14. Шайн Э. Организационная культура и лидерство/перс англ. под ред. В. А. Спивака. - СПб: Питер, 2002.-630с.
15. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации. - М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-синтез», 1996.-297с.