УДК 338.68.15

СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Царенко Н.В.

Проанализировано традиционное видение корпоративной культуры. Выявлены предпосылки, условия и факторы, влияющие на развитие корпоративной культуры. Уточнен понятийный аппарат корпоративной культуры предприятия в рамках проводимого исследования.

Ключевые слова: *культура общества, корпоративная культура, общественно-экономические формации.*

В современных рыночных условиях способность формировать корпоративную культуру и управлять ее развитием является важнейшим качеством не только самого руководителя, но и коллектива предприятия. Несмотря на то, что сознательное формирование и внедрение корпоративной культуры как самостоятельного направления менеджмента присуще единичным предприятиям, большинство теоретиков и практиков управления признают, что самым значимым конкурентным преимуществом промышленного предприятия является именно наличие фундаментальной корпоративной культуры. Поэтому возникает потребность в системном выявлении мероприятий корпоративной культуры и оценки эффективности затрат на них. Существует много теорий, методов, подходов к оценке затрат, но они реализуются под конкретные задачи, что же касается оценки затрат на корпоративную культуру, то на сегодня в этом направлении не выработано единого мнения, что говорит о неисследованности нашего направления и в тоже время его актуальности.

К числу исследователей, труды которых имеют большое значение для понимания корпоративной культуры, ее влияния на работников и эффективность деятельности, следует отнести классиков социологии (представители К. Маркс, М. Вебер, Э. Дюркгейм, Ф. Теннис, В. Парето, Л. Гумплович, Ф. Бродель и др.). Специально к вопросам корпоративной культуры обращались в своих трудах Ч. Барнард, А. Петтигрю, Г. Саймон, Д. Сильверман, Э. Шайн [1], Л. Яккока, Базаров Т. Ю., Болдырев Д. А., Василевич С. Н., Ганулич М. А., Красовский Ю. Д., Грошев И.В. [2], Моргунова Н. Н., Родионов А. А., Спивак В. А., Максименко А. А. *[3]*, Соломанидина Т. О. [4], Капитонов Э. А. и Г. П. Зинченко[5], Хает Г.Л. [6], Воронкова А.Э. [7] и др. Тем не менее, некоторые вопросы исследованы (раскрыты) недостаточно полно, как с исторической точки зрения, т.е. развития общества, производства и культуры, так и современных тенденций развития корпоративной культуры.

Цель статьи – раскрыть сущность понятия корпоративной культуры с теоретической точки зрения, выявить отличия понятия современной корпоративной культуры, отвечающей требованиям и условиям рынка.

Для достижения поставленной цели в статье решены следующие задачи:

- проанализировано традиционное видение корпоративной культуры;
- выявлены предпосылки, условия и факторы, влияющие на развитие корпоративной культуры;
- уточнен понятийный аппарат корпоративной культуры предприятия в рамках проводимого исследования.

Несмотря на то, что понятие культуры относительно предприятия или организации стало применяться сравнительно недавно, а начало научной концепции было положено в 30-40 годы, сама корпоративная культура имеет длительную историю развития вне теории. Корпоративная культура возникла и развивалась параллельно с развитием исторического процесса в рамках развития культуры человеческого общества, группы людей, отдельно взятого индивидуума. Она является неотъемлемой частью культуры нации, региона, государства, общества. Не зря говорят английская, немецкая, японская школы корпоративной культуры. Главное отличие корпоративной культуры от культуры общества в том, что культура формируется спонтанно в ходе развития, жизни и деятельности человечества, общества, науки и техники, а корпоративная культура должна создаваться посредством сознательного конструирования с последующим управлением ее развитием.

На уровне мирового сообщества формируются общемировые тенденции развития корпоративной

культуры, которые задают направление развития для следующего уровня – уровня государства. На этом уровне происходит корректировка общемировых тенденций и их адаптация к особенностям национальной культуры и религии, специфики и самобытности отдельного государства. Естественно, этот процесс не проходит бесследно для корпоративной культуры отдельных фирм, предприятий, компаний, организаций. На микроуровне необходимо учитывать особенности вида деятельности организации (корпоративные культуры финансовых учреждений и промышленных предприятий будут разными), особенности отраслевой принадлежности функционирования, самой организации – ее параметров и масштабов, численности персонала, стадия жизненного цикла, специализации и т.п.

Понятие «корпоративная культура» возникло в США при изучении параметров деятельности предприятия, факторов и условий американских корпораций, способствующих их успеху и процветанию. Каждое из подразделений корпорации, часто расположенных в разных географических регионах, и каждый иерархический уровень в их структуре мог формировать собственную культуру. Поэтому, в данном контексте, под корпоративной культурой понималась культура экономической системы как мега корпорации. В то же время, в современной экономической теории возникло новое понимание корпорации как объединения, сообщества во всех формах организации бизнеса (предприятие, фирма, компания и т.п.) с определенными нормами, традициями, принципами, положением в обществе и специфическими целями и интересами. Сегодня понятие корпорация характеризуется высоким уровнем социологичности, поскольку отражает определенные формы связей между людьми, возникающих в процессе общественного производства и обеспечивающих целостность и устойчивость этого процесса и может трактоваться в аспекте особого рода отношений между людьми, объединенных одной целью единой организации. Поэтому термин «корпоративная культура» применим ко всем организациям, предприятиям, учреждениям, не зависимо от вида деятельности и формы собственности [8].

Отечественные и зарубежные исследователи данного направления применяют различные понятия, которые отражают сущность культуры организации, а именно, организационная мораль, культура фабрики, менеджмент сотрудничества, корпоративная культура, организационная культура, культура предпринимательства [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 12]. Во всех случаях речь идет о культуре субъекта рыночной экономики, а конкретизация в отношении масштабов организации, сложности ее структуры, внутренних коммуникаций, идеологии является уже характеристикой деятельности организации, но никак не принципиально разными направлениями в самой культуре.

Анализ научной литературы [9, 10, 11] свидетельствует о том, что процесс зарождения и тенденции изменений в корпоративной культуре в наибольшей степени наблюдаются со сменой формаций, в изменениях отношений к форме собственности, в изменениях национальной экономики и ее идеологии, а также ценностных ориентаций. Каждая новая формация предполагает новый способ ведения производства, в основе которого лежат отношения между людьми, базирующие на культуре конкретного общества, а в последствии и на корпоративной культуре.

Историческое развитие корпоративной культуры в рамках формационного подхода сопоставляется с тремя основными общественными формациями (первичная – архаичная, вторичная – основанная на частной собственности и третья – коммунистическая общественная формация) и пятью способами материального производства (первобытно - общинный, рабовладельческий, феодальный, капиталистический и коммунистический), не исключая основной концепции относительно решающей роли в общественном производстве самого процесса производства.

Украина является одним из государств постсоветского пространства, которая пережила становление рыночных отношений после социализма. Смена административно - плановых отношений и жесткой бюрократии на условия рыночной экономики была не простой, так как сопровождалась сменой правил игры не только в общественном производстве, но и в жизни общества. Формирование и развитие совершенно новых категорий рынка, рыночных условий и общественных отношений, которые базируются на демократии, определили место и роль корпоративной культуры в жизни общества и современного общественного производства.

В первобытном обществе индивид воспринимал себя как часть общины, не представлял себя вне ее, поэтому у каждого из них наличествовало групповое самосознание, оценка действительности осуществлялась с позиции хорошо/плохо для общины, а не для него, что в свою очередь привело к проявлению групповых ценностей.

Таблица 1

Характеристика культуры в соответствии с ее общественно - экономической формацией

Общественно-экономическая формация	Краткая характеристика общественно-экономической формации	Краткая характеристика общественной культуры
Первобытно-общинный строй	Зарождение социализации и трудовой кооперации, общественная собственность, натурально-товарный обмен	Общинная культура
Рабовладельческий строй	Рабовладельческое право, частная собственность на средства производства, товарное производство, возникновение и институционализация государства, появление профессионального слоя жрецов и управленцев, бурное развитие духовной и материальной культуры	Зарождение элементов общественной культуры. Ценности: послушание, трудолюбие, преданность
Феодализм	Распыление политической власти, зарождение капиталистических отношений, собственность на средства производства и неполная собственность на работника, крестьянина, товарно-денежные отношения, зарождение системы «личностных», договорных связей внутри класса феодалов, а также между феодалами и крестьянами	Развитие элементов общественной культуры. Ценности: послушание, трудолюбие, преданность
Капитализм	Частная собственность, товарно-денежные отношения, рынок, наемный труд, классовое общество, безработица	Культура, формируемая на основе рыночных отношений. Ценности: качество, соперничество, прибыль, клиент, индивидуальность
Коммунизм (социализм - коммунизм)	Общественная собственность на прибавочный труд, на средства производства и на предметы потребления, жесткая централизация, гарантированный труд, всеобщая занятость, социальное равенство	Культура, формируемая на основе коммунистической идеологии. Ценности: «командный дух», «от каждого по способности, каждому по труду», равенство, приоритет целей и интересов общества над личными

В период первобытно - общинного строя проявилось то, что обусловило возможности развития культуры общества в целом, произошло зарождение трудовой кооперации и социализации. В результате развития общества первобытно - общинный строй сменился новой общественной формацией - рабовладельческим строем. Именно это положило начало интенсивного развития культуры, так как стали появляться элементы и системы отношений, произошел переход от кустарного производства к ремесленничеству и товарному производству. Происходит развитие личностного самосознания, что способствует яркому проявлению личностных ценностей: этических, эстетических. Особенностью рабовладельческого строя является то, что рабовладелец становится основой развития культуры, так как именно он, провозглашая собственные цели, ценности, нормы и правила поведения рабов, утверждая традиции и ритуалы, тем самым формирует кодекс культуры сословий. Немаловажную роль в развитии корпоративной культуры сыграло и отношение к собственности и власти. Наблюдая за развитием общества в период феодализма и капитализма, мы видим как политическая власть и устоявшаяся собственность на средства производства формируют общественную культуру посредством послушания, трудолюбия, преданности, безысходности и жесткой жизненной зависимости, хотя два последних фактора можно назвать инерционными, которые остались от рабовладельческого строя. Антиподом капиталистического развития общества стал коммунизм, особенностями которого был социалистический способ производства и развития общества. Характерными чертами коммунизма являлась общественная собственность на прибавочный труд, на средства производства и на предметы потребления, жесткая централизация и гарантированный труд, всеобщая занятость и социальное равенство, а проявление культуры осуществлялось через «командный дух», равенство, приоритет целей и интересов общества над личными (табл. 1).

В условиях социализма существенное влияние на корпоративную культуру оказывают государственные организации, предприятия, учреждения, в которых реализуются декларативно правила хозяйствования, условия трудовой деятельности, а также товарищества, партии и профсою-

зы, и другие государственные институты, определяющие направления развития корпоративной культуры. Замена бюрократической системы хозяйствования рыночными отношениями требует от руководителей предприятий проявления личной инициативы, делового размаха и изменения отношений к корпоративной культуре, а у подчиненных повышает чувство собственного достоинства, приучая их к последовательному и настойчивому, хотя и более спокойному и корректному, отстаиванию своих интересов через улучшение условий труда, отношение к себе как к творческой личности.

На основе вышеизложенного сформулируем определение корпоративной культуры, которое отвечает современным условиям и требованиям рынка. Корпоративная культура — это совокупность накопленных компетенций, которые проявляются через систему ценностей, отношений, действия и способы ведения бизнеса, формирующих у членов конкретного предприятия уникальную общую для них психологию, обуславливают индивидуальность предприятия, выдерживают испытание временем и сопоставимы во времени и в пространстве.

ВЫВОДЫ

Во-первых, корпоративная культура по своей сути не возникла из ниоткуда, она развивалась параллельно с развитием человечества, общества, науки и техники.

Во-вторых, зарождение, динамика изменений и тенденции развития корпоративной культуры связаны со сменой экономической формаций, изменениями отношений к форме собственности, изменениями в национальной экономике, ее идеологии, а также ценностных ориентаций.

В-третьих, особенностью формирования корпоративной культуры на промышленном предприятии является его специализация, параметры и масштабы деятельности, адаптивность к условиям внешней среды и т. д.

В-четвертых, большая практическая значимость корпоративной культуры в современных условиях требует не только выявления затрат на корпоративную культуру, но и их бюджетирования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Шайн Э. Организационная культура и лидерство: [пер. с англ. под ред. В. А. Спивака]. / Э. Шайн –СПб: Питер, 2002 – 472 с.

2. Грошев И.В. Организационная культура. / И.В. Грошев, П.В. Емельянов, В.М. Юрьев – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 364 с.

3. Максименко А.А. Организационная культура: системно-психологические описания: учеб. пособие. / А.А. Максименко - Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2003.- 168с

4. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании : учеб. пособие. / Т.О. Соломанидина. - М.: ООО «Журнал управление персоналом», 2003- 456 с.

5. Капитонов Э. А. Корпоративная культура : теория и практика / Э. А. Капитонов, Г. П.Зинченко, А. Э. Капитонов. – М. : Издательство «Альфа – Пресс». 2005. – 352 с.

6. Хает Г. Л. Корпоративна культура: навч. посібник / Г. Л. Хает. — К. : ЦНЛ, 2003. — 403 с.

7. Корпорації: управління та культура : моногр. / за заг. ред. док. екон. наук. проф. А. Е. Воронкової— Дрогобич: Вимір, 2006. — 376 с.

8. Яблонскене Н. Л. Корпоративная культура современного университета / Н. Л. Яблонскене // Университетское управление: практика и анализ. – 2006. – №2. – С. 7-25.

9. Зибарев М. Закон развития общественно-экономических формаций: [електрон. ресурс] / М. Зибарев // режим доступа: http://zibarev.chat.ru/.

10. Ембулаев В.Н. Социализм как общественно-экономическая формация / В.Н. Ембулаев. – Владивосток: Изд-во ТГЭУ, 2008. – 70 с.

11. Паршаков Е. Экономическое развитие общества: [електрон. ресурс] / Е. Паршаков // режим доступа: http://bookz.ru/authors/par6akov-evgenii/razvitie

12. Тихомирова О. Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка. / О. Г. Тихомирова. – СПб.: Издательство Санкт-Петербург, 2008. – 148 с.