



Примечания

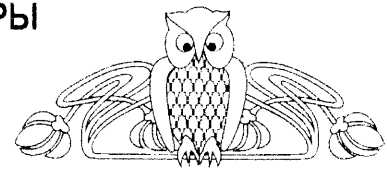
- ¹ Hall E. The Hidden Dimension. N.Y., 1990. 2nd ed.
- ² Hall E. Beyond Culture. N.Y., 1989. 2nd ed.
- ³ Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. М., 1987.
- ⁴ Телия В.И. Русская фразеология. Семантический, прагматический и культурологический аспекты. М., 1996.
- ⁵ Максимова В.А. Лингвокультурология. М., 2001.
- ⁶ Hofstede J. Culture and Organizations (Intercultural Communication and its Importance for Survival) Software of the Mind. L., 1991. P.78.
- ⁷ Белинская Е.П., Стефаненко Т.Г. Этническая социализация подростка. М.: Воронеж, 2000.
- ⁸ Мид М. Культура и мир детства. М., 1988.
- ⁹ Herskovits M. Les fases de l'anthropologie culturelle. Paris, 1967.
- ¹⁰ Hall E. The Dance of Life. N.Y., 1983.
- ¹¹ Hall E., Hall M. Understanding cultural differences. Yarmouth, 1989.
- ¹² Hirsch E.D. Cultural Literacy (What Every American Needs to Know). Boston, 1978. S.33.
- ¹³ Herskovits M. Cultural Relativism. N.Y., 1972.

УДК 316.6

К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

А.А. Воронов

Саратовский государственный университет,
кафедра теории и истории социологии
E-mail: DvinovGV@info.sgu.ru



В статье рассматриваются методологические подходы к определению понятия «корпоративная культура», а также его содержания применительно к различным видам организаций.

To the Problem of Concept of Corporate Culture

A.A. Voronov

The article examines the methodological approaches of defining the concept of «corporate culture» and its meaning with regard to different types of organizations.

С изменением общественно-политического строя и экономических отношений изменилось во многом и содержание организаций, что, в свою очередь, нашло отражение во всех социальных аспектах их деятельности, трансформировало процесс социального развития, повлияло на их социальную стабильность. В таких изменяющихся условиях одним из наиболее важных факторов, оказывающих существенное влияние на социальную стабильность организации, является ее корпоративная культура. Так, сильная культура будет способствовать единению персонала, давать работникам чувство социальной защищенности и поддержки. Слабая корпоративная культура, напротив, приведет к расхождению в социально-трудовых ценностях и установках, будет навязывать работнику чувство социального одиночества в трудовой жизни.

Корпоративная культура сегодня выступает в определенной степени в качестве рычага управленческого воздействия, одним из методов скрытого управления трудовым коллективом, способным ненавязчиво привить персоналу определенные ценности, традиции, нормативные образцы поведения, ведущие к организационному единству.

Таким образом, в социологическом понимании социальная стабильность представляет собой форму, состояние организационной среды, формирующееся непосредственно под влиянием корпоративной культуры, характеризующееся наличием уверенности каждого члена организации в социальной поддержке коллектива, что создает чувство социальной защищенности у работника. Состояние социальной стабильности одновременно сопровождается благоприятной социально-психологической атмосферой в трудовых коллективах, проявляется в единстве социальных норм, образцов поведения, ценностей и установок у членов организации. Все это, в свою очередь, будет позитивно сказываться на социально-трудовом взаимодействии и вести к корпоративному эффекту.

Изучение организации как культурного феномена берет свое начало в трудах М. Вебера, Т. Парсонса, Ч. Бернарда и Г. Саймона. Ученые сталкивались с тем фактом, что одни и те же управленческие действия в различных организационных средах могли вызвать диаметрально противоположные поведенческие реакции. В результате на свет появляются теории организационной культуры, отличительной особенностью которых можно считать отсутствие достаточной ясности и согласованности в понимании основного понятия, а также в определении системы оценок, представлений, образцов поведения, с помощью которых фиксируются отношения организации с окружающей средой.

На этом основании осуществляется анализ корпоративной культуры. При этом можно выделить два подхода в ее понимании.



Первый подход характеризуется отождествлением понятий «организационная культура» и «корпоративная культура». Целый ряд исследователей, таких как Э. Шейн, Т. Дил, Ф. Харрис, Р. Моран, рассматривают корпоративную культуру как тождественную организационной. Корпоративную культуру определяют как систему ценностей, убеждений, норм и правил поведения, разделяемых всеми ее работниками. Такой точки зрения придерживаются и некоторые российские социологи – А.А. Радугин, В.И. Маслов, С.В. Щербина и др.

Иной подход связан с рассмотрением корпоративной культуры как особого социального феномена, который не полностью отождествляется с организационной культурой. Такую попытку развести понятия «организационная культура» и «корпоративная культура» предприняли Ю.Д. Красовский, Э.А. Капитонов, Г.П. Зинченко и т.д. По их мнению, корпоративная культура представляет собой конкретное ценностно-нормативное пространство, в котором существует корпорация во взаимодействии с другими организационными структурами.

Другие ученые считают, что если определяющим будет временной критерий, то организационная культура – это прошлое компании, а корпоративная – ее будущее.

Представляется, что содержание понятия «корпоративная культура» может быть обозначено более четко, если рассматривать социокультурную среду организации во взаимосвязи с задачами менеджмента и маркетинга, а понятие «корпоративная культура» – как отражающее ценностно-целевые характеристики культуры на определенном этапе развития менеджмента и организации.

Рассмотрение феномена корпоративной культуры предполагает включение в качестве анализируемых признаков характеристики внутреннего и внешнего ценностно-нормативного пространства организации. Важно такое понимание корпоративной культуры, как эффективность деятельности, которая непосредственно зависит от качества услуг, предоставляемых клиентам.

Продолжая далее анализ корпоративной культуры, следует соотнести ее с категорией культуры вообще. В науке зачастую культура понимается как система отношений, действий, которая выдерживает испытание временем и формирует у членов общества общую для них психологию. Культура рассматривается как атмосфера или климат в организа-

ции и отражает главные обычаи, нравы в этой организации.

Представляется, что наиболее продуктивным подходом при изучении корпоративной культуры является синтез поведенческого и социокультурного, который позволяет рассматривать корпоративную культуру как совокупность формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, образцов поведения в организации.

Можно выделить наиболее характерную черту корпоративной культуры, которая состоит в принципе единства социальных норм и традиций, что способствует эффективному решению производственных задач. В корпоративной культуре можно выделить такие элементы, как исполнительность, дисциплинированность, самостоятельность при принятии решений, участие в жизни коллектива в нерабочее время и т.д.

Для достижения высокого уровня корпоративной культуры организации особое значение имеют укрепление трудовой сплоченности, закрепление дружеских контактов, установление атмосферы сотрудничества, расширение свободы персонала при принятии решений, укрепление нормативных образцов трудового поведения, исполнительности, дисциплинированности и придание большей значимости человеческому фактору.

Под влиянием корпоративной культуры в организации достигается социальная стабильность, уверенность каждого члена коллектива в поддержке и чувство социальной защищенности у работника. В силу этого в коллективе складывается благоприятный социально-психологический климат, который проявляется в единстве социальных норм, образцов поведения, ценностей и установок у членов организации.

Характеризуя далее корпоративную культуру, можно отметить, что понятие корпоративной культуры отражает аксиологические аспекты управления, распространяющиеся как на внутренние, так и на внешние организационные отношения. Поэтому принято говорить о корпоративной философии, которая занимает важное место в системе корпоративной культуры. Именно корпоративная философия формирует единую систему качественных ценностей, корпоративных правил поведения, мотивации и соучастия работников, рассматривая человеческий ресурс в качестве важного фактора экономического успеха.



Если обратиться к анализу модели корпоративной культуры организации, то в основе ее должны лежать, видимо, гуманистические ценности, которые включают в себя внимательность и отзывчивость, уважение к личности клиента, нетерпимость к различным видам дискриминации людей, толерантность и сдержанность, ориентацию на взаимопомощь и сотрудничество, самоуважение.

Важные тенденции развития корпоративной культуры связаны с расширением сферы социально-экономических интересов организаций, появлением новых видов деятельности организации, ее ориентации на новые потребительские сегменты. Эти тенденции проявляются в развитии клиентоориентированных форм поведения персонала и соответствующих стандартов обслуживания.

В то же время действуют и другие тенденции становления корпоративной культуры, которые связаны с низкой мотивацией соучастия, низкой заинтересованностью рядовых работников в результатах своего труда, отсутствием перспективы и профессионального роста, низкой привлекательностью некоторых видов труда. Эта проблема может быть преодолена при комплексном формировании гуманистически ориентированной корпоративной культуры.

Корпоративная культура неразрывно связана с физическим окружением, создаваемым в организации: здание и его дизайн, место расположения, оборудование и мебель, цвета и объем пространства, удобства, кафетерии, комнаты приема, стоянки для автомобилей... Все это в той или иной степени отражает ценности, которых придерживается данная организация.

Основными характеристиками корпоративной культуры являются осознание своего места и своей роли в организации; использование устной, письменной, невербальной коммуникации; разнообразие униформ и спецодежды, манер и деловых стилей; манеры поведения и взаимоотношения; набор ценностей, норм, предположений и ожиданий в отношении определенного типа поведения; отношение к работе и ответственность по работе; индивидуальная или групповая работа, продвижение по работе, субординация и этикет взаимоотношений.

К компонентам корпоративной культуры можно причислить отношения доверия в системах управления, которые складываются и развиваются по следующим направлениям:

доверие к проводимым экономическим реформам; доверие различным финансово-экономическим институтам (банкам, компаниями, фондам и т.д.); доверие государственных органов власти частным институтам; доверие регулирующим органам; доверие друг к другу; доверие между партнерами деловых отношений; доверие работников к руководителям и наоборот; доверие руководителей друг к другу; доверие между структурными подразделениями организации.

Анализируя место и роль корпоративной культуры в современной организации, можно отметить, что корпоративность влияет на трудовую сплоченность, на характер взаимодействия сотрудников друг с другом и с руководством, определяет нормативные образцы поведения в трудовой среде.

Давая характеристику корпоративной культуры организации, следует отметить, что в коллективах распространены такие качества, как исполнительность и дисциплинированность сотрудников, что как раз и проявляется в нормативных образцах поведения персонала. Еще одна черта корпоративной культуры – характер взаимодействия руководства со своими подчиненными. В реальной практике нередки случаи, когда сотрудники принимают те или иные решения самостоятельно.

Корпоративную культуру организации формирует также доеуг, и администрация уделяет определенное внимание совместно проведенному с сотрудниками свободному времени. Несомненным компонентом корпоративной культуры являются партнерские отношения, которые преобладают в характере социально-трудового взаимодействия организаций.

И, наконец, корпоративная культура выступает в качестве наиболее значимого рычага управленческого воздействия, одним из методов скрытого управления коллективом, способным привить персоналу определенные ценности, традиции, нормативные образцы поведения, ведущие к организационному единству. Именно поэтому корпоративная культура выступает в качестве решающего фактора, оказывающего влияние на социальную стабильность организации.

Все сказанное выше свидетельствует о большой социальной значимости и роли корпоративной культуры в системе экономических и общественных отношений современного российского общества. Ее развитие и повышение уровня выступают фактором развития общества в целом.