

**Н. В. Балашова,
Е. Е. Эрдынеева**

ИССЛЕДОВАНИЕ НАУЧНЫХ ВЗГЛЯДОВ НА ФЕНОМЕН КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Современные условия кризиса экономики и демографии вынуждают организации справляться с проблемами нехваткой квалифицированных сотрудников и высокого уровня риска их потери. Одним из эффективных решений таких проблем признано эффективное построение и развитие корпоративной культуры, которая, во-первых, является сильным мотивационным ресурсом сотрудников, а также позволяет использовать уникальные средства привлечения, удержания и развития персонала, существенно снизить риск увольнения специалистов, сдержать рост затрат на персонал и повысить эффективность труда сотрудников компании.

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная культура, хронология изучения корпоративной культуры, типологии корпоративной культуры.

**N. V. Balashova,
E. E. Erdyneeva**

INVESTIGATION OF SCIENTIFIC VIEWS ON PHENOMENON OF CORPORATE CULTURE

Modern conditions of crisis in the economy and demographics are forcing organizations to deal with the problems of a lack of qualified staff and a high level of risk of loss. One of the most effective solutions to such problems found effective construction and development of corporate culture, which, firstly, is a strong motivational resource for employees, and also allows you to use unique tools to attract, retain and develop staff, to significantly reduce the risk of dismissal experts curb the rise in personnel costs and improve the efficiency of work of employees.

Keywords: corporate culture, organizational culture, chronological study of corporate culture, corporate culture typology.

Рассмотрение организаций как части культуры имеет относительно длительный путь развития. Хотя такая культура и признается важным элементом хозяйственной деятельности, тем не менее в менеджменте ее вопросу до некоторого времени не уделялось должного внимания. Актуальность темы обусловлена трансформацией условий ведения хозяйственной деятельности, скачкообразной динамикой и неопределенностью внешней среды, развитием гражданской зрелости сотрудников, что несомненно вызывает необходимость построения эффективной деловой культуры. В доказательство актуальности служат большое количество исследований в данной области, особенно остро стоит вопрос построения корпоративной культуры в крупных корпорациях и холдингах с крупной разветв-

ленной организационной структурой, в периодических изданиях все чаще мелькают статьи, посвященные деловой культуре, методикам ее диагностики и возможным путям ее совершенствования.

Слово «культура» пришло в русский язык от латинского слова «cultura» в середине 30-х годов XIX в. и означало, во-первых, хлебопашество, земледелие; во-вторых, образованность. С течением времени представление о культуре менялось и на сегодняшний день в латинском языке «culture» имеет несколько значений: земледелие и сельское хозяйство; воспитание, образование, развитие; поклонение и почитание. В России данный термин используется в самых разных смысловых значениях, затрагивая все сферы человеческой жизнедеятельности. Что касается понятия корпоративной культуры, оно в России используется не так давно, хотя уже активно и в течение многих лет исследуется за рубежом. Первые и основные результаты исследований приведены в форме хронологии изучения корпоративной культуры, представленной на табл. 1.

Таблица 1

Хронология изучения корпоративной культуры за рубежом

Временной период	Исследователи	Основные результаты и идеи
Середина 20-х – начало 30-х гг. XX века	Э. Мэйо	«Хоуторнский эксперимент»: установлена связь между производительностью труда и скрытых психологических и социальных факторов; описаны положения важности наличия общих ценностей, которые объединяют сотрудников организации; в организации параллельно с формальной организационной культурой существует социальная культура, влияющая на поведение и мотивацию сотрудников
50-е гг. XX века	М. Далтон	Книгопечатное издание «Человек, который управляет»: описаны результаты исследований возникновения культур в ведущих компаниях Канады и США
Конец 50-х гг. XX века	Р. М. Сайерт и Дж. Г. Марч	Поведенческая «теория социальных целей», суть которой состоит в том, что в процессе совместной деятельности сотрудниками формируются ключевые ценности организации
1968 г.	Д. Хэмптон	Книгопечатное издание: «Организационное поведение и практика менеджмента», автор которой особо интересуется корпоративной культурой со стороны разъединенных отдельных подразделений организации, которые необходимо объединить общей культурой компании
Начало 80-х гг.	У. Оучи Бостонская консультационная группа Т. Дила, А. Кеннеди	«Теория Z», согласно которой мотивировать сотрудников необходимо исходя из общих ценностей организации как одной большой семьи Книгопечатное издание: «Корпоративные культуры»: исследование влияния культуры организации на ее экономическую эффективность, а также ее рассмотрение как инструмент приспособления к внешней среде

Временной период	Исследователи	Основные результаты и идеи
1982 г.	Т. Дж. Питерс и Р. Уотерман	Одно из лучших книгопечатных изданий по версии Forbes «В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний Америки», в которой еще раз подчеркивается и обосновывается значимость построения сильной корпоративной культуры
Середина 80-х гг. XX века	Эдгар Шайн	Книгопечатное издание «Организационная культура и лидерство»: актуальные вопросы формирования деловой культуры, описание ее моделей и видов
1989 год	А. Уилкинс	Описание возможных путей избегания отрицательных элементов организационной культуры
1990-е гг. XX века	Г. Хофстед Ч. Ханди	Культура организации признана психологическим активом с возможностью ее использования для прогнозирования финансовых результатов деятельности компании; выведение типологии корпоративной культуры. Книгопечатное издание «Боги менеджмента»: определение ключевых типологий деловой культуры с их подробным описанием
1992 г.	Дж. Коттер, Дж. Хаскет	Анализ влияния корпоративной культурой на капитализацию компании; выявлены факторы культуры, влияющие на финансовые результаты: внимание к потребителям, к работникам и контрагентам и постоянное улучшение качества
Конец 90-х гг.	К. Камерон, Р. Куинн	Книгопечатное издание: «Диагностика организационной культуры»: методы диагностики культуры организации
1996 г.	Т. Парсонс	Исследование вопроса взаимодействия людей разных социальных уровней и усвоения ими культуры компании

Большинство источников признает родоначальником «корпоративной культуры» немецкого генерала-фельдмаршала и военного теоретика графа Хельмута Карл Бернхард фон Мольтке (1848–1916 гг.), который был сторонником кодекса чести офицеров и всячески навязывал указанные в кодексе правила поведения в военной среде. Свод был обширным – от тонкостей исполнения устава военного до правил вызова на дуэль. Меткой корпоративной принадлежности у немецких воинов были шрамы на лице.

В литературе понятие «корпоративная культура» употребляется наряду с понятиями «организационная культура», «управленческая культура», «производственная культура», «культура трудовых отношений», «деловая культура». Наиболее актуальной проблемой является разделение «корпоративной культуры» и «организационной культуры» как наиболее часто «взаимозаменяемых». Относительно данного вопроса существуют несколько точек зрения:

Корпоративная культура и организационная культура это одно и то же, поскольку определяются с помощью одних и тех же категорий, например: философия и идеология организации, ценностные ориентации, верования, ожидания,

нормы, важные предположения, принимаемые и разделяемые всеми членами коллектива.

Западные исследователи обычно используют термин «корпоративная культура» наряду с «организационной» («corporate culture», «organizational culture», «corporate identity»). Среди отечественных исследователей данную точку зрения придерживались: О. С. Виханский, С. В. Иванова, Л. В. Карташова, Е. Д. Малинин, В. Л. Михельсон-Ткач, В. А. Спивак.

2. Корпоративная культура – элемент организационной культуры. Такого мнения придерживаются: Л. Колесникова, Ю. Д. Красовский, Б. З. Мильнер, Е. Г. Молл, В. Перекрестов, В. В. Щербина. Некоторые авторы также считают, что организационная культура – это культура головной организации, а корпоративная – культура ее подразделений (филиалов). Однако чем эти понятия отличаются друг от друга по существу (по структуре, функциям), непонятно.

3. Корпоративная культура – это культура организаций, основанных на членстве, деятельностью которой участники управляют посредством участия в общем собрании (корпораций). Данное мнение мало распространено и не имеет обоснованных условий существования.

4. Корпоративная и организационная культуры – самостоятельные категории. Этого придерживаются многие отечественные исследователи, в том числе Т. Ю. Базаров, И. В. Грошев. В соответствии с данным утверждением эти культуры – разные феномены, которые имеют пересечение в своих элементах, среди которых: артефакты, миссия, условия труда. Однако между ними есть и существенные различия. В то время как саму структуру организации рассматривают в рамках организационной культуры, которая имеет открыто императивный характер, раскрывающийся в документах, приказах, руководствах, ценности корпоративной культуры не могут быть рассмотрены лишь в формальных рамках. Последняя содержит в себе психологический фактор.

Из-за различных подходов к изучению корпоративной культуры, различаются и ее определения. Таким образом, существует, по меньшей мере, сотня определений этой категории, в связи с чем необходимо рассмотреть основные ассоциации, связанные с корпоративной культурой, к которым относятся:

- принципы поведения, наблюдаемые при сотрудничестве работников между собой: традиции и ритуалы, совершаемые при конкретных случаях;
- установленные ценности организации: ценности, которые приняты и понятны всем сотрудникам как необходимые для выполнения, например, занять лидирующие позиции среди конкурентов в определенной сфере рынка;
- внешние правила поведения: формальный порядок и правила общения с клиентами и конкурентами;
- неформальные принципы взаимодействия сотрудников между собой: установки, которые должен знать новичок для того, чтобы стать «своим человеком» в коллективе;
- действующая практика работы: методы и принципы, которые используются сотрудниками организации в целях осуществления поставленных задач в

работе (возможна передача от сотрудников с большим опытом к новеньким; такие методы и принципы не всегда оформлены формально);

- внешние (символические) обозначения организации: позволяют отличить одну фирму от другой посредством фирменного наименования, лозунга, корпоративного стиля одежды и символики (осязаемые символы).

Таким образом, при анализе корпоративной культуры определенной организации, стоит обратить внимание на следующие моменты:

- представления сотрудников о принципах организации труда;
- принятие ценностей организации и их разделяемость большинством работников;
- стремление и ориентация сотрудников на решение стоящих перед организацией целей и задач;
- определение неформального климата между работниками;
- общие (повседневные) правила поведения в организации.

Итак, корпоративная культура – это система управляющих принципов ведения хозяйственной деятельности и ценностей персонала на уровне отдельной организации, сформированных под воздействием внешней среды и внутренними целями организации, которая оказывает влияние на персонал организации и определяет взаимодействие с партнерами по бизнесу.

Также стоит отметить, огромное количество теоретических моделей корпоративной культуры, описанных зарубежными и отечественными учеными. Среди них классификации Ч. Ханди, Т. Ю. Базарова, в основе которых лежит стиль (тип) управления; типология С. Медок и Д. Паркин, характеризующая гендерные отношения в организации; модели Ф. Клакхона и Ф. Л. Штротбека, Г. Хофстида, Г. Лэйна и Дж. Дистефано, Ф. Тромпенаарса, в которых авторы обращаются к критерию национальной принадлежности; типологии Р. Акоффа, Моутона-Блейка, П. В. Журавлева, Р. С. Седегова и В. Г. Янчевского, которые различают организации в зависимости от степени привлеченности работников и многие другие.

В больших организациях разные подразделения могут демонстрировать разную культуру. Поскольку внутри корпоративной культуры как целого существует целый ряд субкультур, для оценки корпоративной культуры организации в целом практики считают необходимым проанализировать тип культуры в каждом ее подразделении. Тип культуры в целом является одним из показателей ее комплексной оценки, на основании которой формируется стратегия ее формирования и развития. В связи с чем можно сделать вывод о том, что классификация может служить в качестве инструмента при проведении сравнительного анализа организационных культур нескольких фирм, или различных подразделений одной фирмы. Такой анализ может оказать помощь в выявлении причин конфликтов, отсутствия сотрудничества между подразделениями, которые могут быть обусловлены культурными различиями.

Информация об авторах

Балашова Надежда Валерьевна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики труда и управления персоналом, Байкальский государственный университет, 664003 г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: trud.15@yandex.ru.

Эрдынеева Елена Евгеньевна – магистрант, кафедра экономики труда и управления персоналом, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: finansisty_isea@mail.ru.

Authors

Balashova Nadezda V. – candidate of economic Sciences, associate Professor, Department of labour economy and personnel management, Baikal State University, 11, Lenin str., Irkutsk, 664003, e-mail: trud.15@yandex.ru.

Erdynееva Elena E. – undergraduate, Department of labour economy and personnel management, Baikal State University, 11, Lenin str., Irkutsk, 664003, e-mail: finansisty_isea@mail.ru.