

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

© 2010 В.А. Сторожева, А.В. Плотников*

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная культура, менеджеры, совет директоров.

Рассматривается понятие корпоративной культуры, обобщаются подходы к понятию организационной культуры, выделяются одинаковые фундаментальные признаки данных культур, показано взаимодействие корпоративной и организационной культур компании. В результате анализа культур выявлены их различия, деструктивные и оптимальные признаки.

Корпоративная культура - это совокупность норм, этических и профессиональных правил, убеждений, традиций, ценностных установок, прецедентов, ожиданий, обычаев и процедур, касающихся всех форм делового общения, принятых и действующих в компании, а также способствующих формированию стиля работы данной фирмы и поведения ее работников¹.

Данное интегрированное определение из многих понятий одного термина раскрывает корпоративную культуру как нечеткий инструмент компании, ориентированный на всех субъектов и объектов компании. Корпоративная культура формирует отношение к корпоративному управлению посредством деловой этики, исторических тенденций.

В рамках каждой формальной группы структурного подразделения в организации существует свой уникальный вид организационной структуры и культуры, которые создает руководитель структурного подразделения, формируя ценности, традиции, обязанности, ответственность работников.

Авторская версия смысловой нагрузки понятия корпоративной культуры заключается в том, что ориентация происходит преимущественно на стратегический орган управления и распространена среди менеджеров, общего собрания акционеров, совета директоров.

Организационная культура представляет собой идеологию управления и организацию социально-экономической системы, направленную на повышение трудового потенциала системы и выражающую основные ценности организации². Организационную культуру

можно представить как часть командного менеджмента, связанную с символами способами репрезентации управленческой деятельности³. Организационная культура представляет собой систему ценностей, символов, убеждений, образов поведения, менталитета, философии, которые прошли испытание временем⁴. Организационная культура - это вырабатываемые и признаваемые обществом, организацией, группой ценности, социальные нормы, установки, шаблоны поведения, ритуалы, которые заставляют работников вести себя определенным образом⁵.

Из этого следует, что у многих авторов один и тот же подход к разным терминам "корпоративная культура", "организационная культура", "культура предприятия". Появляются новые термины, такие как "внутрифирменная культура", "культура фирмы", "холдинговая культура", "хозяйственная культура", "культура компании", которые будут обозначать одинаковые фундаментальные признаки: ценность, нормы, идеи, философия, символы, убеждения.

Организационная культура распространяется среди работников предприятия, тем самым формируя между ними этику деловых отношений и исторические события.

Если провести грань между стратегическим управлением и оперативным управлением, а также корпоративной и организационной культурами, то можно сделать вывод о том, что корпоративная культура оказывает влияние на организационную культуру, подобно тому как стратегическое управление влияет на оперативное управление (см. рисунок).

* Сторожева Валентина Александровна, кандидат экономических наук, профессор Пермского института (филиала) Российского государственного торгово-экономического университета; Плотников Андрей Викторович, аспирант Российского государственного торгово-экономического университета, г. Москва. E-mail: good-promo@mail.ru.

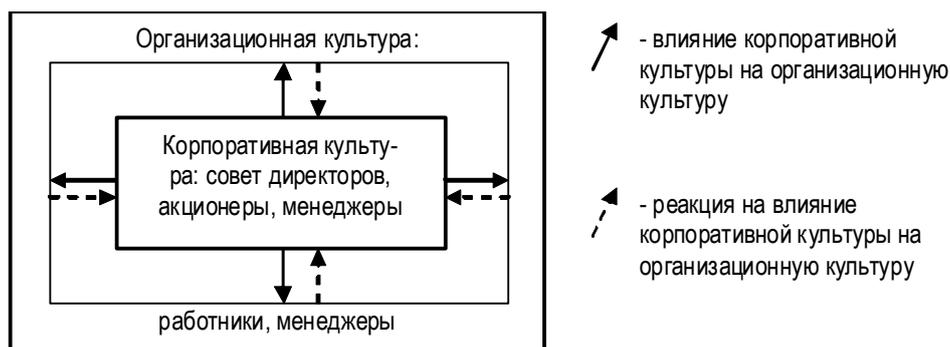


Рис. Взаимодействие корпоративной и организационной культур

Таблица 1

Анализ корпоративной и организационной культур

№ п/п	Показатели	Организационная культура	Корпоративная культура
1	Субъектно-объектные отношения	Объект	Субъект
2	Исторический срез	Сформировалась после появления корпоративной культуры	Сформировалась до организационной культуры
3	Область влияния	Менеджеры, работники	Менеджеры, совет директоров, акционеры
4	Обхват количества лиц	Большой	Малый
5	Развитие	Под влиянием корпоративной культуры	Самостоятельная
6	Зависимость	От корпоративной культуры	Во внутренней среде: не зависимо, во внешней: от других корпораций

Обратная реакция (реакция на влияние корпоративной культуры на организационную культуру) может быть положительной, отрицательной или нейтральной.

Проведем анализ корпоративной культуры и организационной культуры (табл. 1).

В результате сравнения организационной и корпоративной культур выявились следующие особенности. В историческом срезе корпоративная культура старше организационной культуры, сначала формируется корпоративная, затем организационная культура. Менеджеры являются единственными в корпорации, которые находятся на стыке двух культур.

При формировании корпоративная культура проходит следующие этапы: зарождение, стабилизация, обновление.

На этапе зарождения формируется миссия, разрабатываются стратегические цели и оперативные задачи, информируются стейкхолдеры о появлении новой компании.

На этапе стабилизации появляются определенные коллективные традиции, в результате которых совершенствуется не только морально-психологический климат в коллек-

тиве и достижимость результатов, но и повышается рост доверия со стороны стейкхолдеров.

На этапе обновления происходит переосмысление взглядов в отношении акционеров, стейкхолдеров и персонала компании. Изменяется управленческая структура, в результате которой новые менеджеры завоевывают авторитет, производят ряд изменений в организационной культуре компании.

Каждый этап рассчитан на определенный период времени функционирования компании. Периодизация корпоративной культуры подобно развитию жизненного цикла компании. Необходимо учитывать, что изменение корпоративной культуры зависит от смены или изменения качественного и количественного составов стратегического органа управления.

В рамках изучения корпоративной и организационной культур можно выделить деструктивные и оптимальные признаки (табл. 2).

Менеджерам и членам совета директоров необходимо вести анализ деструктивных и оптимальных признаков корпоративной и орга-

Таблица 2

Деструктивные и оптимальные признаки корпоративной и организационной культур

№ п/п	Показатели	Деструктивные признаки	Оптимальные признаки
1	Историчность	Компания функционирует много лет, отсутствуют традиции	Компания функционирует много лет, присутствуют традиции
2	Противоречие организационной и корпоративной культур	Присутствует. Противоположность, отрицательное отношение к стратегическим органам управления	Отсутствует. Разделяют взгляды
3	Конкуренция внутри коллектива	Активная, ориентир не на результат, а на "вставление палок в колеса"	Активная, достигается цель
4	Отношение к изменениям	Негативное	Положительное
5	Отношение к увольнению	Нейтралитет, отрицательно, если принесет положительный результат	Отрицательно, если не принесет положительных результатов компании
6	Стиль принятия решений	Пассивный, уклоняющийся	Активный
7	Ориентир персонала	Повышение заработной платы, уклонение, снижение производительности труда	Качество, новаторство, трудолюбие
8	Количество организационных культур	Большое количество, нет общей, в каждом подразделении своя организационная культура	Общая организационная культура
9	Отношение общественности	Отрицательное	Положительное
10	Отношение уволенных работников	Отрицательное	Положительное
11	Преодоление трудностей	Пассивное, уклончивое	Активное
12	Коммуникации	Пассивные, уклоняющиеся	Активные
13	Адаптация	Сложная	Легкая
14	Визуальное обеспечение	Нет	Да
15	Аудиальное обеспечение	Нет	Да
16	Отношение стейкхолдеров	Отрицательное	Положительное

низационной культур, превращая деструктивные признаки показателей в оптимальные.

¹ Связи с общественностью как социальная инженерия / под ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной. СПб., 2005.

² Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка. СПб., 2008. С. 12.

³ Аширов Д.А. Организационное поведение : учебник. М., 2006. С. 36.

⁴ Основы менеджмента : учеб. для вузов / под ред. Д.Д. Вачугова. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2005. С. 124-135.

⁵ Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., 2009. С. 672.

Поступила в редакцию 19.10.2010 г.