

## Секция «10. Современное российское общество: политическое, социальное и культурное измерение»

### Основные аспекты корпоративной культуры

*Медведева Ирина Владимировна*

*Студент*

*НИУ "БелГУ Институт управления, Белгород, Россия*

*E-mail: 7medwed@mail.ru*

Культура является многогранным явлением, она пронизывает все сферы жизнедеятельности человека. Предтечей идеи корпоративной культуры являются школы управления: классическая, системного анализа, эмпирическая. Надо заметить, что, исследования в области культуры организации имеют довольно длительную историю. Подчеркнем, что изначально термин «корпоративный» возник от латинского «corporatio» – объединение, сообщество, а не от «корпорации» как организационно-правового типа предприятия. «

» Впервые термин «корпоративная культура» в качестве важнейшего фактора, влияющего на организационное поведение и социальное развитие, сформулировали Т.Е. Дил и А. А. Кеннеди в 1982 г. Анализ хозяйственной практики привёл американских экспертов к выводу о том, что, кроме чёткого организационного построения, высококвалифицированных сотрудников, эффективного управления и инновационных стратегий, исследуемые ими предприятия располагают сильной культурой и особым стилем, которые вместе способствуют достижению и поддержанию ведущих позиций, как на внутреннем, так и на мировом рынке. «

» Раскрытию значения корпоративной культуры для успеха предприятия способствовали исследования Т. Питерса и Р. Уотермена. Они четко сформулировали идею о том, что управленец, влияющий на состояние дел в организации, должен заниматься не только экономическими вопросами, но и управлять ценностными установками организации, в буквальном смысле создавать смысл работы в этой компании [1]. «

» Существуют два основных подхода к изучению корпоративной культуры: рационально-прагматический и феноменологический. «

» Рационально-прагматический подход воплощен в исследованиях У. Бенниса, Э. Шейна, В. Рудницкого. Сутью концепции является изучение корпоративной культуры как явления, поддающегося измерению и изменениям и влияющего на эффективность организации, а также рассмотрение корпоративной культуры с точки зрения функций. Согласно феноменологическому подходу корпоративная культура понимается и анализируется посредством интерпретации ее проявлений. Этот подход трактует корпоративную культуру как обозначение сути организации, заключающейся в человеке – участнике организации, его внутреннем (личном) и внешнем (социальном) мире [3]. «

» Сравнивая эти два подхода, можно сказать, что рационально-прагматический подход предлагает более стандартизованное видение корпоративной культуры – как феномена, на который можно воздействовать. Феноменологический подход рассматривает корпоративную культуру как сложное комплексное явление, результаты влияния на которое вряд ли можно с точностью предсказать. При изучении корпоративной культуры предлагается придерживаться рационально-прагматического подхода, вследствие большей степени его методологической и методической определенности. «

» Выделяют две ключевые характеристики, определяющие корпоративную культуру:«

» ● Формирование неповторимого облика организации (как внутри нее, так и вовне), ее индивидуальности. Каждая организация уникальна. Она имеет свою историю зарождения и проходит свой путь развития. На ее особенности влияет множество переменных, таких как сфера деятельности, размер, структура, внешние экономические и социальные условия, действия и стиль жизни руководства и работников.«

» ● Нацеленность на достижение уверенности в «общей судьбе» у всех сотрудников организации. Корпоративная культура как «объединяющая», «связующая» переменная призвана способствовать сплочению работников, повышать моральную удовлетворенность от труда, усиливать целостность социальной организации [4]. На основе этих характеристик предложено уточненное определение корпоративной культуры. «Корпоративная культура – это совокупность разделяемых работниками ценностных ориентаций, норм и традиций, определяющая индивидуальность организации и формирующая сопричастность к решению ее стратегических и тактических целей и задач.»«

» Выделяют следующие функции корпоративной культуры.«

» ● формирование позитивного имиджа организации. Корпоративная культура выражается через ценности, которые организация поддерживает не только внутри себя, но и вовне.«

» ● поддержание ценностей, присущих данной организации. Корпоративная культура через артефакты, миссию, историю, традиции поддерживает ценности данного предприятия.«

» ● создание и поддержание у сотрудников чувства причастности к общему делу, сопричастность, что придает смысл их работе в организации.«

» ● охранная функция (воспитание сотрудников в духе преданности организации, ограничение от нежелательных влияний) Корпоративная культура стремится к тому, чтобы быть стабильной, встречать не критичное восприятие, которое должно разделяться большинством сотрудников и, желательно, не меняться со временем (если не стоит цель изменения корпоративной культуры).«

» ● адаптационная функция. Социализация работника на предприятии во многом связана с тем, насколько успешно он сможет «влиться» в существующую культуру, примет ли господствующие ценности. «

» ● регулирующая функция. Формирование и контроль форм поведения, характерных для данной организации. Механизмы действия корпоративной культуры «отбраковывают» стили поведения, не отвечающие ее содержанию [5].«

» При исследовании корпоративной культуры следует принять во внимание, что каждая культура имеет собственную структуру. Корпоративная культура возникает и существует в любой организации и может быть рассмотрена как система, состоящая из элементов:«

» ● ценностно-нормативной структуры;«

» ● организационной структуры;«

» ● структуры коммуникаций;«

» ● структуры социально-психологических отношений в коллективе;«

» ● игровой структуры (мифов, легенд, обычаев, традиций и т.д.);«

» ● структуры внешней идентификации организации (фирменного стиля) [2].«

» Корпоративная культура не внедряется, а прививается и формируется посредством множества организационно-управленческих мер и приемов, которые в основном укладываются в определенном направлении. Чаще всего выделяют следующие меры:«

» • постоянное совершенствование организации при сохранении относительно устойчивой структуры связей;«

» • управление интересами или, точнее, управление организационным поведением через интересы;«

» • применение на всех уровнях управления единого стиля руководства, способствующего развитию позитивных процессов самоорганизации;«

» • формирование идеологии мышления, способствующей более быстрой и легкой адаптации к нововведениям.«

» Таким образом, корпоративная культура существует в каждой организации, независимо от того, ведется ли ее целенаправленное формирование или осознается ли ее наличие. Может быть (и нередко) ситуация, когда руководство официально провозглашает определенные ценности, вводит правила и стандарты, но сотрудники не разделяют их, и поэтому корпоративная культура организации характеризуется на самом деле неофициальными ценностями и «неписанными» правилами.

### Литература

1. Корпоративная культура. URL: <http://www.mtel.ru/mtel/30th/cn71898c.htm>
2. Культура организации. URL: <http://panorama.irk.ru/chuck/tmp/rentex.old/develop/Konsp>
3. Мильнер Б.З. Теория организации М., 2009.
4. Спивак В.А. Корпоративная культура: теория и практика. М., 2009.
5. Формирование и развитие корпоративной культуры предприятия. URL: <http://www.emd.ru/cons>

### Слова благодарности

Спасибо за проведение конференции.