

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ

Инь Вэньсин

Аспирант, Московский государственный университет
имени М. В. Ломоносова
787516658@qq.com

PROBLEMS OF FORMATION OF ORGANIZATIONAL CULTURE OF RUSSIAN BUSINESS IN THE IMPLEMENTATION OF CORPORATE POLICY

In Vensin

Summary. The article deals with the problems of formation of organizational culture of Russian business in the implementation of corporate policy in the framework of interaction of employees, which is carried out on the basis of common ideas, ideas and values that determine the characteristics of its work life and determine the originality of philosophy, ideology and practice of human resources management organizations.

Keywords: organizational culture; corporate policy; human capital; principles; corporate values; company ideology; sustainable development.

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы формирования организационной культуры российского бизнеса при реализации корпоративной политики в рамках взаимодействия работников, которое осуществляется на основе общих идей, представлений и ценностей, определяющих особенности их трудовой жизнедеятельности и обуславливающих своеобразие философии, идеологии и практики управления человеческими ресурсами организаций.

Ключевые слова: организационная культура; корпоративная политика; человеческий капитал; принципы; корпоративные ценности; идеология компании; устойчивое развитие.

Модернизация российской экономики обеспечивает её глобальную конкурентоспособность и адаптацию к изменяющимся условиям. Ключевым субъектом этого процесса выступает бизнес-структуры, которые располагают необходимыми ресурсами и имеют опыт генерирования и коммерциализации инновационных технологий, развития кадрового потенциала, развития и организации глобального взаимодействия, а также инвестиционного развития и инфраструктурного обустройства территорий присутствия.

Формирование бюджета Российской Федерации в 2017 году на 60% обеспечивалось крупнейшими налогоплательщиками — компаниями крупного бизнеса ПАО «Газпром», ПАО «Роснефть», ПАО «Лукойл», ПАО ГМК «Норильский никель», ПАО «Сбербанк» и другими [7].

Отраслевая динамика доли компаний крупного бизнеса в общем объеме выручки крупнейших компаний Российской Федерации, в% за 2016 год, представлена рис. 1.

Крупный бизнес формирует максимально эффективные внешнеэкономические связи на глобальном

уровне, позволяя включить экономический потенциал России в систему мирового разделения труда. Особая роль крупного бизнеса состоит также в модернизации кадрового потенциала сотрудников организаций (в том числе путем формирования организационной культуры), трансформации структурной организации трудовых ресурсов [10].

В соответствии с нашим мнением, создание корпоративной политики имеет огромное значение для российских предприятий. Корпоративная политика — это часть стратегии развития бизнеса, так как она включает в себя принципы компании и это помогает системе управления субъекта бизнеса (бизнес-системы) легче управлять, развивать и удерживать персонал организаций.

Корпоративная политика в России в настоящее время, представлена в таком виде, см. рис. 2.

Проведём анализ влияния бизнеса на модернизацию в различных отраслях и сферах модернизации с учетом определения источника происхождения его капитала и отметим, где он оказывает доминирующее влияние

Таблица 1. Участие крупного бизнеса в различных сферах модернизации [7]

Сфера модернизации	Международный крупный бизнес				Национальный крупный бизнес	
	ТНК		Государственный крупный бизнес		Частный крупный бизнес	
	Сырьевой сектор	Технологичный сектор	Сырьевой сектор	Технологичный сектор	Сырьевой сектор	Технологичный сектор
Экономическая	+	+	+	+	+	+
Структурная	+	+	+	+	+	+
Социальная	-	+	-	+	-	+
Культурная	+	+	-	-	+	+
Политическая	+	+	+	+	+	-
Институциональная	+	+	-	+	-	+
Пространственная	+	+	+	+	+	+
Технологическая	+	+	+	+	+	+

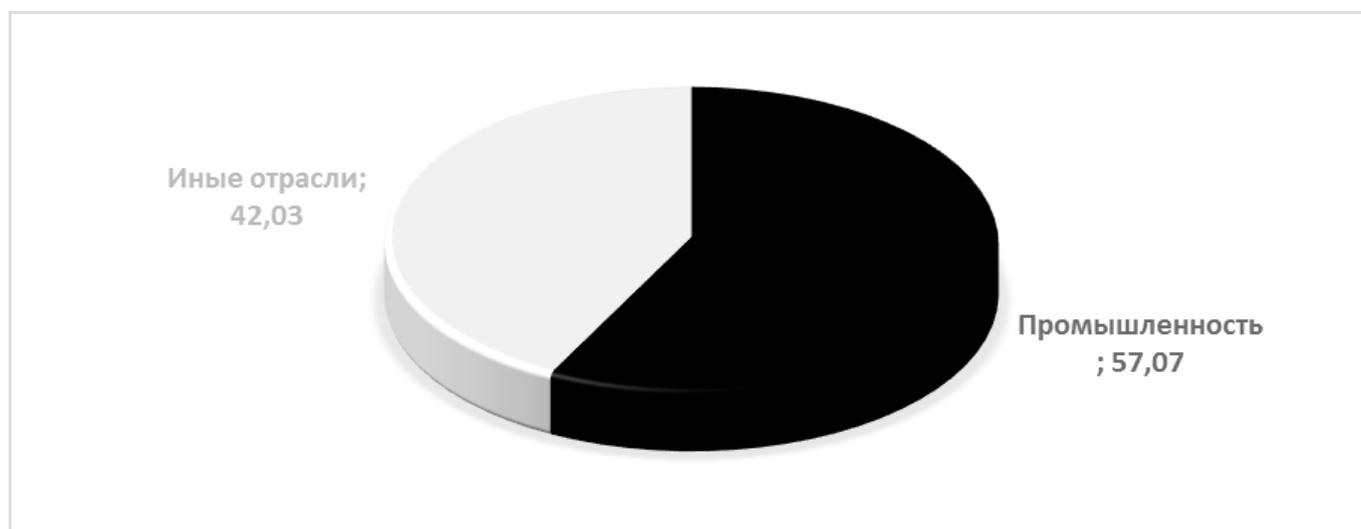


Рис. 1. Отраслевая динамика доли компаний крупного бизнеса в общем объеме выручки крупнейших компаний

Источник: Составлено автором на основе выборки данных рейтинга ведущих российских компаний по объему реализации за соответствующие годы (Эксперт 400)

на экономической, структурной, социальной, культурной, политической, институциональной, пространственной, технологической сферах модернизации (табл. 1).

Таким образом, мы отметили особую роль крупного бизнеса в различных сферах модернизации.

Осознание новой роли человека в процессе производства привело к изменению отношения руководителей и ученых, занимающихся менеджментом, к такому понятию, как организационная (корпоративная) культура.

Организационная культура — это явление, про которое можно сказать, что оно объединяет в себе множество

областей знаний, таких как менеджмент, организационное поведение, психология, социология и культурология. Это довольно сложная система, которая зависит от особенностей исторического развития, от целей и политики предприятия. Определяющую роль здесь играют ценности организации.

Анализируя проблемы формирования организационной культуры организаций, определим и соответствующий вектор: в виде проблем, влияющих на реализацию корпоративной политики, отражает рис. 3.

Нормы и ценности фиксируются, как правило, в руководстве этической стороной действий сотрудников, которые служат основой для подбора персонала, его

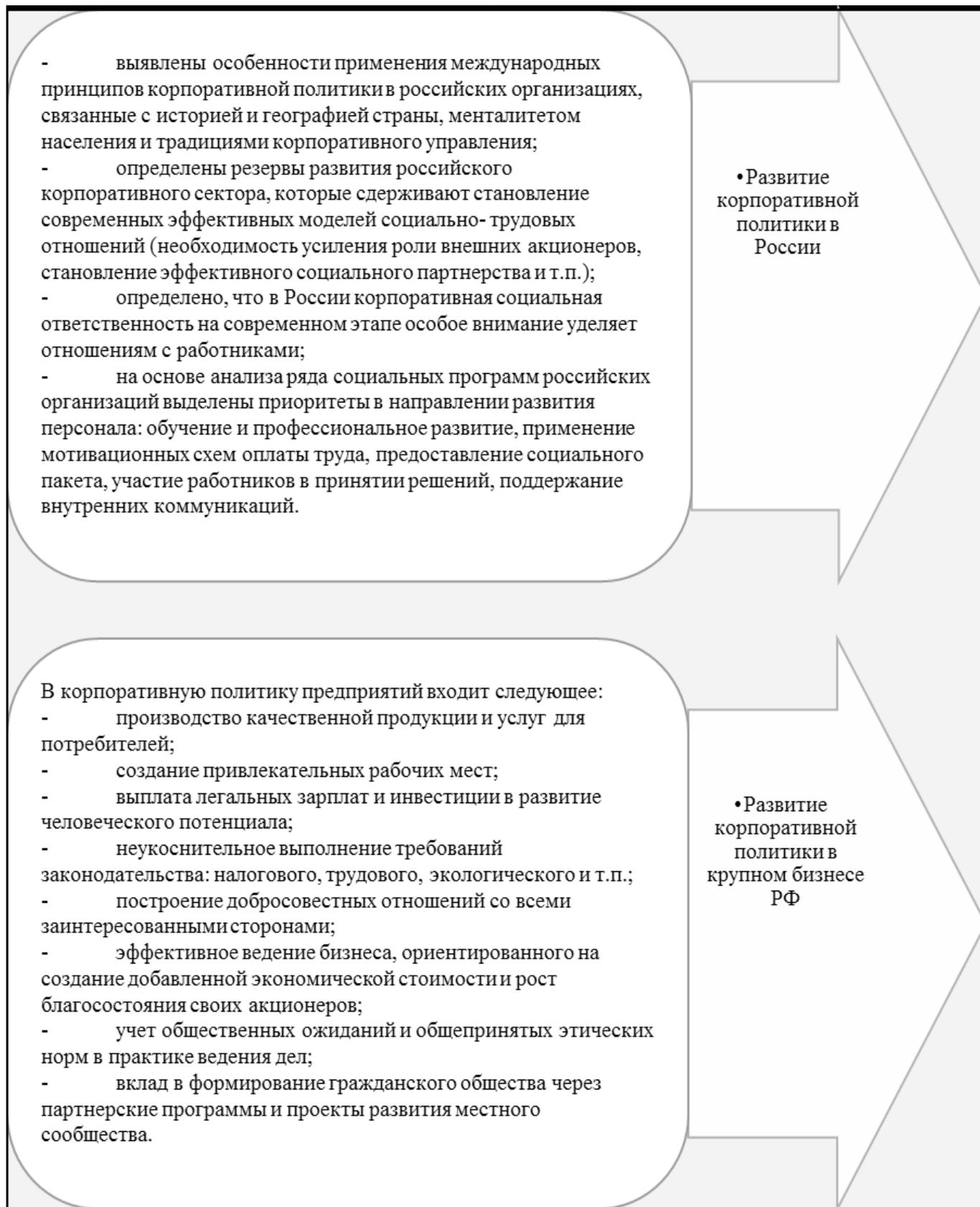


Рис. 2. Развитие корпоративной политики
Источник: Составлено автором

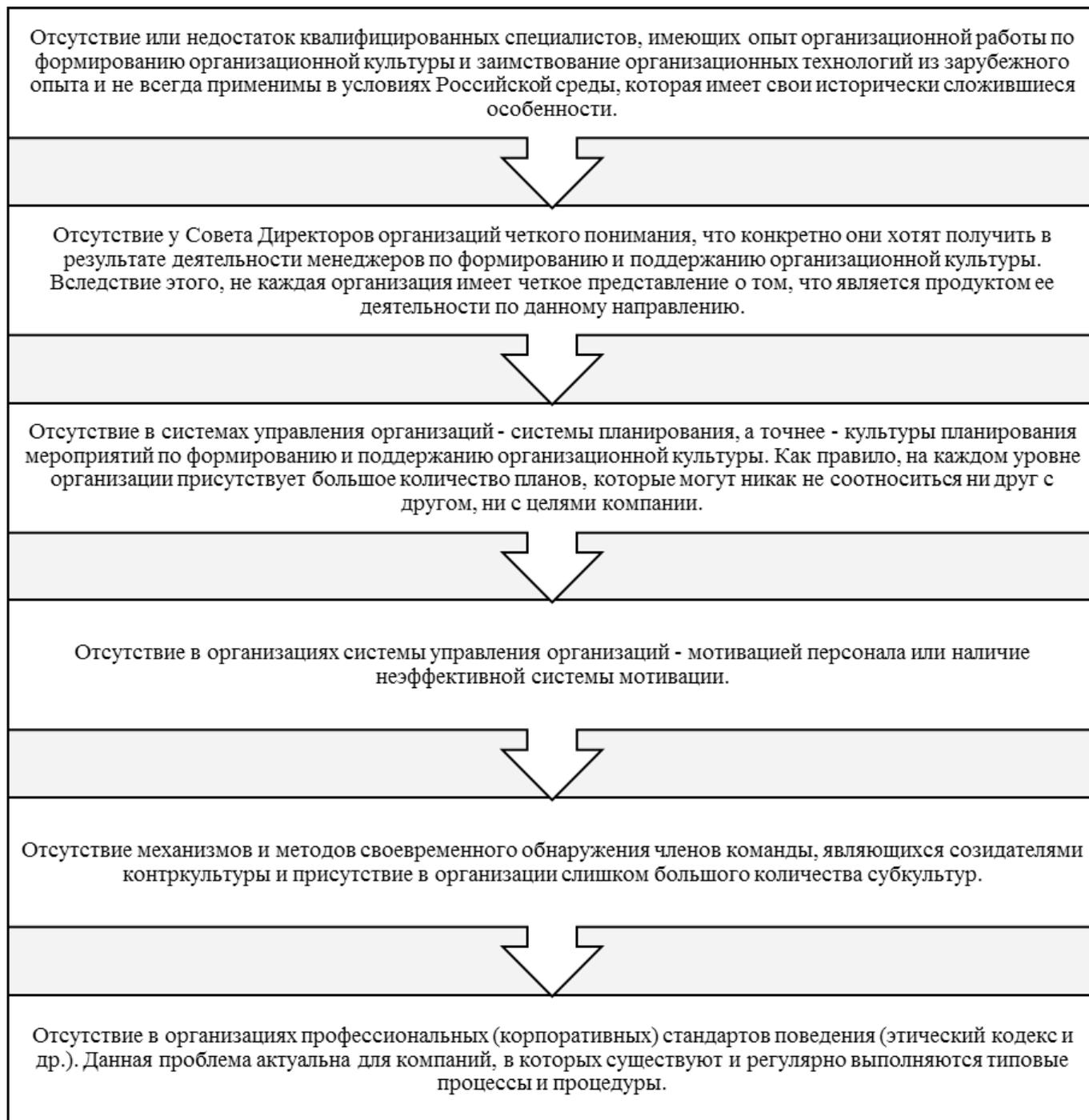


Рис. 3. Проблемы формирования организационной культуры организаций

Источник: Составлено автором

аттестации и планирования карьеры. Такое отношение к организационной культуре не случайно.

Как показывают социологические опросы, несогласие с организационной культурой — это одна из причин, по которым человек увольняется из организации до истечения испытательного срока, что является есте-

ственно, для компании неблагоприятным фактором, ибо на подбор персонала тратятся достаточно большие средства.

Наличие единых для всего коллектива ценностей, норм и правил в соответствии с нашим мнением, является основой, на которой формируется сплоченный и эф-

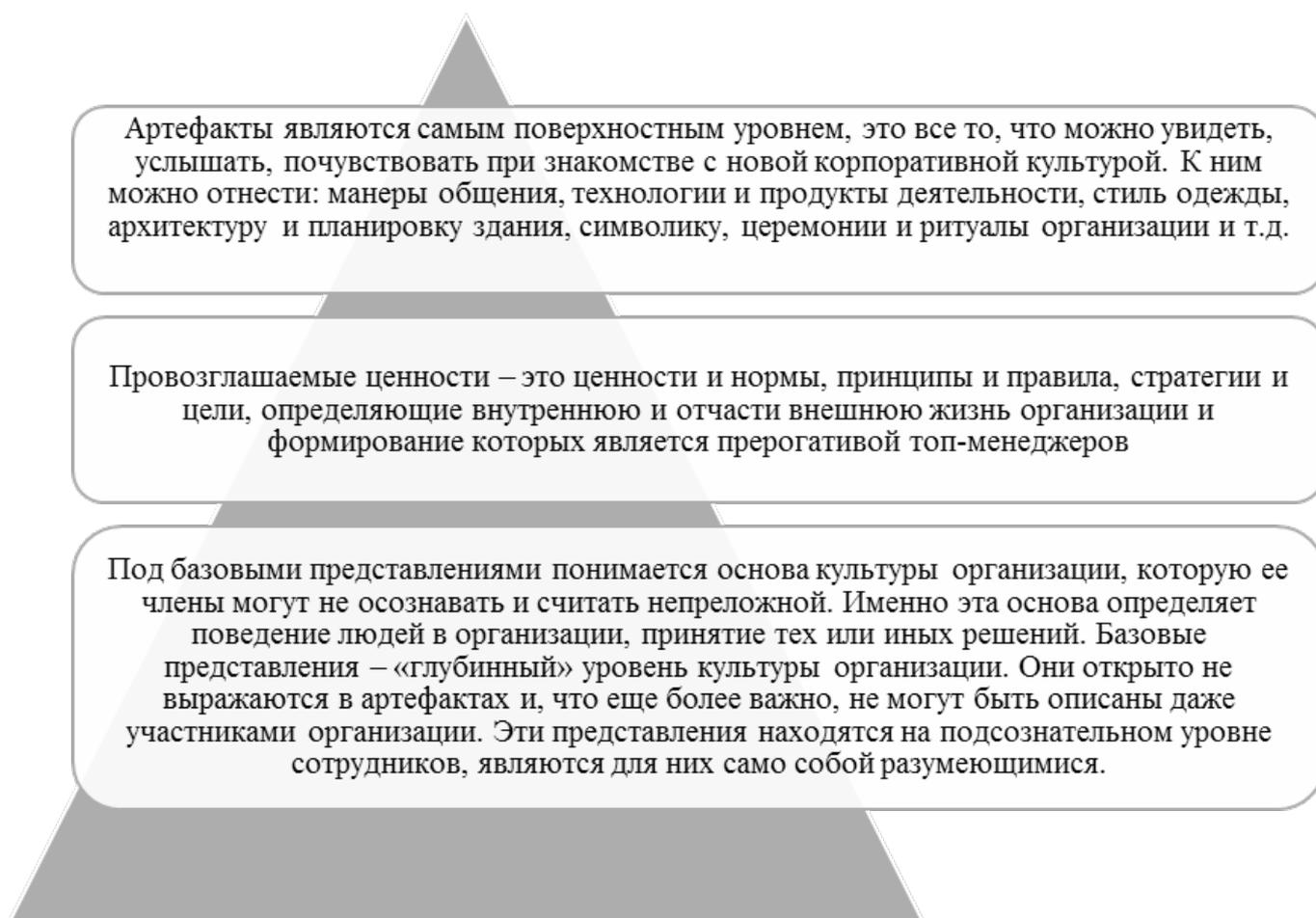


Рис. 4. Уровни организационной культуры
 Источник: Составлено автором на основании [9]

фективно функционирующий коллектив. Действительно, если задуматься, у членов коллектива множество разделяющих их факторов — пол, возраст, профессия, место в структуре. И даже цели, при том, что они все вытекают из общей, единой, в реалиях разные и даже противоречивые. Но организационная (корпоративная культура) — ценности, нормы, правила — должна быть единой, и в этом ее объединяющая цель. Также большое значение имеет управленческий стиль и особенности взаимоотношений в коллективе, условия труда, внутренние коммуникации, и множество других факторов.

Если несовпадение принципов организационной (корпоративной) культуры, которые отдельным членам коллектива представляются наиболее правильными, касается частностей и не играет значительной роли, люди обычно подчиняются корпоративным нормам и правилам. Но нередко несовпадение носит принципиальный характер, и в этом случае люди с данной компанией расстаются или это служит основой для их увольнения.

Несогласие с принципами корпоративной культуры в соответствии с нашим мнением, оказывает значительное негативное воздействие на психологический климат в коллективе. В случае если все эти условия выполнены, необходимо правильно осуществить практическую адаптацию человека.

Сама по себе адаптация включает разные этапы и моменты: введение в организацию, общее знакомство нового сотрудника со структурой организации, ее миссией, ценностями, правилами поведения.

Таким образом, организационная культура — это единое социально-экономическое пространство компании, в рамках которого взаимодействие работников осуществляется на основе общих идей, представлений и ценностей, определяющих особенности их трудовой жизнедеятельности и обуславливающих своеобразие философии, идеологии и практики управления человеческими ресурсами организаций.

<p>К наиболее значимым факторам, положительно характеризующим организационную культуру корпорации можно отнести:</p> <p>отношение сотрудников к своим прямым обязанностям (большинство сотрудников добросовестно выполняют свои обязанности);</p> <p>психологическая атмосфера трудового коллектива (большинство сотрудников чувствует себя комфортно в среде своего трудового коллектива);</p> <p>случаи антисоциальных и противоправных действий начальства в отношении сотрудников (случаи произвола начальства в отношении подчиненных, брань и т.п. на предприятии не отмечаются либо происходят крайне редко);</p> <p>способы разрешения конфликтов между членами трудового коллектива (при возникновении конфликтов, участники идут на взаимные уступки и приходят к консенсусу);</p> <p>случаи антисоциальных и противоправных действий сотрудников в отношении друг друга (случаи произвола сотрудников в отношении друг друга, рукоприкладство, брань и т.п. на предприятии не отмечаются либо происходят крайне редко);</p> <p>наличие общих духовных ценностей (большинство трудовых коллективов на предприятии имеют общие духовные ценности, традиции, принципы и т.д.).</p>	<p>Наиболее существенные факторы, отрицательно характеризующие организационную культуру корпорации:</p> <p>обеспечение руководством профессионального и служебного роста сотрудников (большинство сотрудников считают, что руководство не заботится об их профессиональном и служебном росте);</p> <p>учет мнения сотрудников при постановке целей и задач (большинство сотрудников считают, что все задачи и цели устанавливаются строго «сверху», без учета их мнения);</p> <p>информированность сотрудников о делах предприятия (большинство сотрудников практически ничего не знает о том, что происходит на предприятии, о его перспективах и т.д.);</p> <p>частота проведения мероприятий, направленных на повышение сплоченности коллектива, личностный рост, развитие способностей и т.д. (мероприятия направленные на развитие личности и командной работы проводятся крайне редко);</p> <p>оценка сотрудниками репутации предприятия (большинство сотрудников дают отрицательную оценку репутации предприятия);</p> <p>частота проведения собраний и обсуждение актуальных проблем трудового коллектива (руководство уделяет недостаточно внимания обсуждению актуальных проблем трудовых коллективов);</p> <p>выделение из общей массы сотрудников, преуспевающих в работе (большинство респондентов считает, что руководство уделяет недостаточно внимания сотрудникам, преуспевающим в своей работе).</p>
---	---

Рис. 5. Факторы, характеризующие организационную структуру корпорации
Источник: Составлено автором

Роль организационной культуры в организации чрезвычайно важна и многоаспектна, в связи с этим сегодня исследователями этого феномена по-разному оценивается ее роль как социально-экономического управленческого инструмента. При этом практически все исследователи солидарны во мнении в отношении компонентов, характеризующих ее экономическую сущность — совокупность материальных, духовных, социальных ценностей, созданных и создаваемых сотрудниками компании в процессе трудовой деятельности и отражающих неповторимость, индивидуальность данной организации [2].

Организационная культура в соответствии с нашим мнением, определяя представление о самой компании в тоже самое время является важным источником, как стабильности, так и преемственности в организации.

Организационная культура создает у сотрудников ощущение надежности и самой организации и положения работника в ней, формирует чувство социальной защищенности. Для новых работников понимание основ организационной культуры предприятия помогает определять наиболее важное и существенное и правильно интерпретировать происходящие в организации события. И в конечном итоге, организационная культура стимулирует высокую ответственность работника, который выполняет поставленные перед ним задачи.

Целью организационной культуры является достижение высоких результатов деятельности предприятия при помощи грамотного управления человеческими ресурсами, обеспечение лояльности сотрудников по отношению к руководству и принимаемым решениям [5].

Эдгар Шейн выделяет считает, что культура может анализироваться на нескольких уровнях, соответствующих той или иной степени очевидности культурного явления для наблюдателя [9]. Он выделяет три уровня организационной культуры: артефакты, провозглашаемые ценности и базовые представления, см. рис. 4.

Российский исследователь Комаров С. В. утверждал, что «формирование приверженности можно назвать главным результатом успешной работы по формированию и развитию корпоративной культуры компании» [4].

В соответствии с нашим мнением, которое поддерживает позицию Комарова С. В., — формирование и развитие организационной культуры можно признать успешным только в том случае, если получилось сформировать приверженность работников предприятия, т.е. если сотрудник отождествляет себя со своей организацией, стремится работать в ней и способствовать ее успеху.

Таким образом, приходим к пониманию, что процесс формирования организационной культуры — это достаточно долгий и непростой процесс. Организационная культура обеспечивает преемственность действий сотрудников коллектива на всем протяжении функционирования фирмы.

Наиболее значимые факторы, положительно и отрицательно характеризующие организационную структуру вертикально-интегрированной организации, представлены рис. 5.

Для формирования и развития организационной культуры предприятия основываясь на анализе научной литературы по исследуемой проблематике, на наш взгляд необходимо осуществить следующие основные шаги.

Шаг 1. Проанализировать существующую организационную культуру. Анализ должен изучить базовые ценности организации, ее традиции и символику, стандарты поведения и поведение «особенных» сотрудников, которые являются образцами для подражания, своего рода «героями» организации. Кроме того, необходимо изучить существующие методы формирования и развития корпоративной культуры предприятия.

Шаг 2. На втором этапе необходимо разработать корпоративный кодекс, который должен включать определение миссии организации, формулировку приоритетных направлений развития и стратегических перспектив. Также необходимо определить общие принципы корпоративного поведения, сформировать традиции и разработать символику.

Шаг 3. Третий шаг предполагает определение методов работы с персоналом предприятия.

Говорить о том, что организационная культура полностью сформирована можно в том случае, когда присутствует полная идентификация сотрудника с компанией. Следовательно, сотрудник принимает идеалы компании, соблюдает нормы и правила поведения в организации, а самое главное — внутренне принимает ценности компании. Иными словами, культурные ценности организации становятся индивидуальными ценностями сотрудника и занимают прочное место в структуре его поведения работника.

Таким образом, можем сделать вывод, что следование этическим нормам и принципам помогает компании формировать позитивные ожидания в отношении поведения всех участников корпоративных отношений (при реализации корпоративной политики) на основе четко сформированной организационной культуры субъекта бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Благоев, Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции [Текст] / Ю. Е. Благоев. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. — 272 с.
2. Горцевская Е. А. Экономические аспекты формирования организационной культуры предприятий и бизнес-групп. // Вестник ЮРГТУ (НПИ). — 2011. — № 1. — С. 149.
3. Кодекс корпоративной этики акционерной компании «алроса» (открытого акционерного общества) утвержден решением Наблюдательного совета АК «АЛРОСА» (ОАО) Протокол от 29.11.2013 № А01/205-ПР-НС. URL: <http://www.alrosa.ru/wp-content/uploads/2013/12/.pdf> (дата обращения 06.07.2018)
4. Комаров С. В. Механизмы развития и саморазвития организации // материалы Третьей Международной научно-практической конференции «Шумпетеровские чтения» (22–23 ноября 2013 г., Пермь). Пермь: ПНИПУ, 2013. С. 28–36.
5. Пихало, В. Т., Карасёв П. А. Управление корпоративной культурой современной организации [Текст] / В. Т. Пихало, П. А. Карасёв // Нормирование и оплата труда в промышленности. — 2013. — № 9. — С. 61–66.
6. Сапожникова А. Г. Тенденции современной пространственной организации крупного бизнеса в российской экономике // Проблемы управления пространственно-экономическими системами — Ростов н/Д: Изд-во «Медиа-Полис», 2017. — С. 95–101
7. Сапожникова А. Г. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук Ростов-на-Дону — 2018.

8. Составлено автором на основе выборки данных рейтинга ведущих российских компаний по объему реализации за соответствующие годы (Эксперт 400). URL: <http://expert.ru/dossier/rating/expert-400/> (дата обращения 06.07.2018)
9. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. — СПб: Питер, 2002.
10. Штомпка П. Социология социальных изменений. М., 1996; Парсонс. Т. Система современных обществ. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5395/5402> (дата обращения 17.07.2018)

© Инь Вэньсин (787516658@qq.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова