

УДК 430

ББК Ш107.2

СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Харламов М.И.,

кандидат исторических наук,

доцент, доцент кафедры социальных и гуманитарных дисциплин

Национального университета гражданской защиты Украины.

г. Харьков, Украина

Электронный адрес – mike_kharlamov@mail.ru

SPECIFICITY OF MODERN CORPORATE CULTURE

Kharlamov M.,

Candidate of Historical Sciences,

Associate professor, chair of social and humanitarian disciplines of the National

University of Civil Defense of Ukraine.

Kharkov, Ukraine

Email address - mike_kharlamov@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются некоторые проблемы корпоративной культуры современного общества. Характеризуются факторы развития современной концепции корпоративной культуры. Анализируется сущность корпоративной культуры, которая проявляется в виде ряда аспектов, формирующих содержательные характеристики культуры общения и взаимодействия в определенных коллективах.

ABSTRACT

The article discusses some problems of corporate culture of modern society. Characterized by the factors of the development of the concept of corporate culture. Analyzes the nature of corporate culture which is manifested in the form of

a number of aspects, forming the characteristics of the culture of communication and interaction in certain groups.

Ключевые слова: корпоративная культура, организация, коллектив, общество, культура, фактор.

Key words: corporate culture, organization, team, society, culture, factor.

Термин «корпоративная культура» впервые появился в XIX веке в Западной Европе. Развитие капиталистических отношений в конце XIX и в начале XX века вызвало интерес и к формированию корпоративной культуры, как общественного явления, которое повышало эффективность и результативность деятельности компаний и организаций [3, с. 6].

Значение корпоративной культуры для развивающейся организации или государственной структуры определяется рядом факторов: а) внутриорганизационная корпоративная культура формирует ответственность и сознание персонала компании, выполняет поставленные перед ней задачи; б) корпоративная культура занимается формированием у сотрудников ощущения надежности самой организации и своего места в ней, осуществляет функцию структурирования социальной защищенности у персонала; в) корпоративная культура предоставляет сотрудникам организационную идентичность, определяет групповые представления о компании, являясь главным источником стабильности и развития; г) знание основных идей корпоративной культуры своей организации может помочь новым членам коллектива правильно оценить происходящее в ее структуре, делая акцент на главных принципах организационной работы.

Корпоративная культура оказывает значительное влияние, как на отдельных сотрудников, так и на организацию в целом, выступая таким фактором, который осуществляет большое влияние на внутреннюю жизнь и управления структурой компании. Корпоративная культура способна поддерживать и ориентировать на выполнение долгосрочных корпоративных целей, на определенный алгоритм поведения и действий путем воздействия на образ поведения и мыслей.

Любая организация создает традиции, нормы и правила взаимодействия, а они в своем сочетании создают особый корпоративный дух и стиль внутриорганизационной жизни, которые характеризуют отдельную указанную структуру. Это и является специфической, характерной для конкретной организационной структуры системой связей, взаимодействий и отношений, осуществляющихся в рамках отдельной служебно-профессиональной деятельности. Эти вышеупомянутые элементы, включенные в сферу корпоративной культуры - значительный и очень важный инструмент, позволяющий ориентировать структурные подразделения и отдельных членов коллектива на достижение общих стратегических целей, обеспечить их внутреннюю мобилизацию, лояльность по отношению к руководству и облегчить межличностное общение [5, с. 24].

Следует упомянуть об особенностях национальной культуры славянских народов, обусловленных историческим развитием общества, характеризующихся целым рядом конструктивных черт славянского менталитета, которые могут способствовать усвоению нормативных ценностей корпоративной культуры. Речь идет о высоком уровне свободолюбия, природного демократизма, доброты, взаимопомощи и товарищества, которые должны быть закреплены в корпоративной культуре.

Современное общество имеет целый ряд цивилизационных характеристик, которые делают необходимыми изменения подходов к управлению представителями крупных коллективов. Социокультурный анализ особенностей современного общества приводит к выводу о закономерном переформатировании корпоративной культуры в инструмент целенаправленного управления и взаимодействия с персоналом. В связи с этим исследования и формирования корпоративной культуры становится актуальным. Корпоративная культура как социокультурный феномен имеет множество проявлений (корпоративные ценности, нормы и правила поведения сотрудников, обычаи и традиции организации, «легенды и мифы» о происхождении и этапы развития организации и тому подобное).

Практически каждое из этих проявлений выступает одновременно и в качестве факторов поддержки, и формирования корпоративной культуры.

Становление и развитие современных концепций корпоративной культуры было обусловлено рядом факторов: а) требованиями рыночной экономики; б) состоянием общества и государственности; в) важными процессами, вызванными накоплением большого объема знаний в контексте понимания роли и значения корпоративной культуры, как уникального явления в развитии и модернизации любой формализованной организации, г) развитием научных идей, касающихся изучаемого данного феномена в разных направлениях научных знаний (философии, политологии, психологии, экономики, социологии и так далее).

Корпоративная культура живет и развивается в единой символике, с помощью которой передаются ценностные ориентации, негласные правила поведения, представления о «допустимом» и «недопустимом» образе действий, через нормы, ценности, убеждения и ожидания, принимаемых сотрудниками, которые полагаются в основу построения отношений и взаимодействий, как внутри коллектива, так и за его пределами. Корпоративная культура – это определенная основа, вокруг которой сплачиваются сотрудники, считающие нормой трудовой деятельности – трудолюбие и работоспособность, умение работать в коллективе, взаимопомощь, высокий профессионализм, играющие ведущую роль в становлении нормального морально-этического климата в любой организации [3, с. 121].

Корпоративная культура – это определенная эмоциональная среда организации и объединяющее звено в деловых и межличностных отношениях между сотрудниками. Она направляет поведение сотрудников и задает ориентиры структуре организации, системе управления, функционированию процесса. Культура корпорации позволяет справляться с проблемами внешней адаптации и внутренней интеграции, а также таких внешних признаков, как служебная форма, совместное проведение внеслужебного

времени. Вместе это все ведет к тесному объединению различных функциональных подразделений в единое целое.

Одним из лучших определений понятия корпоративная культура является следующее определение: «Корпоративная культура организации представляет собой сложную композицию важных для ее функциональной деятельности утверждений и предположений (часто не поддающихся единодушной и четкой формулировке), которые бездоказательно принимаются и разделяются членами отдельной группы или целой организации», авторами которого являются исследователи А. Виханский и А. Наумов [1, с. 83].

Анализ разнообразной литературы и источников позволяет рассмотреть сущность корпоративной культуры в виде «прошлого» организации, которая может проявляться в следующих позициях: а) неявное, неформальное «сознание» организации – ее мировоззрение и образ мыслей; б) управленческая культура (идеология управления, стили руководства, решение руководителями проблем и их поведение в целом), что определяет политику организации по отношению к населению, сотрудникам, партнерам, государству; в) собрание наиболее важных взглядов, идей, представлений, общественно-полезных установок формального и неформального характера, правил и норм деятельности, поддерживаемых организационной структурой; г) набор главных ценностей и стандартов, убеждений, обычаев, верований, морально-этических норм, принимаемых и разделяемых большинством сотрудников, определяющие способ объединения и согласованность управленческого звена, структурных подразделений и отдельных работников; д) методы решения проблем и достижения определенных целей, стоящих перед организацией, система запретов и «правил игры», которые необходимо соблюдать, способ ведения дел в указанной сфере, который нужно принять новым сотрудникам, чтобы быть нормально воспринятым в коллективе, е) ментальность сотрудников, опыт, обычаи, ритуалы, традиции, церемонии, способы проявления уважения; ж) специфический язык, легенды

и мифы организации, истории о ней и о ее лидерах, лозунги, организационные обряды, табу и тому подобное; 3) особые навыки, коммуникационные процессы и процессы принятия решений, страхи, стремления и ожидания, которые включены во все сферы жизнедеятельности организации, реально получаемые и пережитые как руководителями, так и сотрудниками.

Все вышеперечисленные факторы формируют морально-психологический климат, так называемый «стиль» конкретной организации. Он включает в себя также стиль поведения и стиль общения с коллегами из других организаций, активность работников и их заинтересованность в результатах труда.

Необходимо выделить ряд принципов, которые существенно влияют на формирование корпоративной культуры организации. Прежде всего, к ним необходимо отнести: а) принцип гуманизма, то есть уважение к человеческому достоинству, создание всех условий, необходимых для полноценного существования и развития личности; б) принцип законности, то есть точное соответствие ведомственного (корпоративного) устава государственным нормам; в) принцип демократизма, то есть наиболее полный учет интересов всех сотрудников ведомства; г) принцип равноправия, который проявляется в том, что все сотрудники ведомства независимо от национальной, половой, религиозной, расовой или иной принадлежности, должностного или иного положения имеют равные права, в равной степени несут полную ответственность. Однако применение этого принципа должно быть дифференцированным, поскольку его реальное воплощение зависит от квалификации сотрудника, его опыта и стажа работы, звания и других конкретных обстоятельств; д) принцип научности, основанной на глубоком и всестороннем анализе содержания корпоративных норм и законов [2, с. 18]. Главную роль в обеспечении принципов их научной обоснованности играет профессионализм и квалификация сотрудников, их общая подготовка, образованность, опыт,

информированность, способность внедрять в практику новые достижения науки и техники, аналитические задатки, склонности к обоснованным обобщениям и формулировкам выводов, направлений деятельности и перспектив развития ведомств.

Таким образом, корпоративная культура в целом выступает как совокупность личностных качеств сотрудников организации и, прежде всего, ее руководства. Если эти качества являются устойчивыми и соответствуют принятым в обществе нормам, то корпоративная культура может легко управляться.

Список литературы.

1. Виханский О., Наумов А. Менеджмент / О. Виханский, А. Наумов. – Москва, 1998. - 257 с.
2. Зеркаль А.В. Национальная модель корпоративной культуры Украины / А.В. Зеркаль // Корпоративная культура организаций XXI столетия: состояние и перспективы развития. – Краматорск. – Издательство ДДМА, 2012. – С. 16-24.
3. Корпоративная культура (Учебное пособие для ВУЗов). – Киев, Центр учебной литературы, 2003. – 402 с.
4. Палеха Ю.И., Водерацкий Ю.В. Этика деловых отношений / Ю.И. Палеха, Ю.В. Водерацкий. – Киев, 2003. – 214 с.
5. Хаєт Г.Л. Корпоративная культура и ценности человека / Г.Л. Хаєт. – Краматорск, Издательство ДГМА, 2001. – 268 с.
6. Хмель Ф.И. Деловое общение / Ф.И. Хмель . – Киев, 2004. – 78 с.