

Д. В. Адарченко, И. С. Пельмская  
УрФУ им. первого Президента России Б.Н. Ельцина,  
г. Екатеринбург  
E-mail: i.s.pelymskaya@urfu.ru

## **К ВОПРОСУ О КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ КАК ОСНОВЕ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В работе уделено внимание содержанию понятия «корпоративная культура». Рассмотрены вопросы внутренней культурной среды и этапов исследования корпоративной культуры предприятия.

*Ключевые слова:* корпоративная культура, промышленное предприятие, внутренняя среда.

In this paper attention is paid to the concept of "corporate culture". The problems of internal cultural environment and research stages of the corporate culture of the enterprise are concerned.

*Keywords:* corporate culture, industrial enterprise, internal environment.

В последние годы в российском деловом и научном сообществе все более активно обсуждается тема корпоративной культуры как инструмента повышения эффективности бизнеса, роста его финансовых показателей. Можно встретить самые различные определения корпоративной культуры.

Прежде чем раскрыть сущность корпоративной культуры, обратимся к анализу родового для нее понятия – «культура». Культуру в широком смысле слова можно определить как способ организации и развития жизнедеятельности людей, воплощенный в продуктах их материального и духовного труда, в системе социально значимых норм и учреждений, в духовных ценностях, в совокупности человеческих взаимоотношений. Культура характеризует особенности сознания, поведения и деятельности людей в определенных сферах общественной жизни. Практически все исследователи культуры видят в ней результат человеческой деятельности, полученный в процессе развития, улучшения какой-либо системы на основе определенных ценностей, стандартов, правил и норм [1].

В конце XX века понятием «культура» стали пользоваться менеджеры и исследователи организаций, обозначающие этим понятием общий климат организации и характерные методы работы с людьми, а также провозглашаемые ею ценности и ее кредо. Корпоративное управление строится на базе отработанных и действенных норм корпоративной культуры в сфере финансов, ценных бумаг, трудовых взаимоотношений, контрактных обязательств, договорной деятельности, организационных структур, маркетинга. Во всех принципиальных решениях предприятия должен быть достигнут баланс интересов всех участников корпоративных отношений: по

требителей, служащих, поставщиков, акционеров, местного населения и общества в целом, что повышает их важность и значимость. Для этого разрабатывается и утверждается перечень документов, регламентирующих правила взаимоотношений и устанавливающих структуру в рамках корпоративной среды, который может включать в себя кодекс поведения, рекомендации по оплате труда и вознаграждению служащих, нормы и правила, касающиеся охраны окружающей среды, здоровья и безопасности на рабочем месте, нормы и правила, предписывающие постоянную заботу о повышении качества производимых товаров и услуг, нормы и правила, определяющие приоритеты благотворительной деятельности, программы информирования, подготовки и обучения менеджеров проблемам корпоративных отношений. Все это является необходимым элементом формирования корпоративной культуры предприятия [2].

На наш взгляд, наиболее полное определение культуры дал Эдгар Шейн, имя которого тесно связано с зарубежными исследованиями в данной области. Корпоративная культура – это совокупность основных побуждений, сформированных самостоятельно, усвоенных или разработанных определенной группой по мере того как она учится разрешать проблемы адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, которые оказались достаточно эффективными, чтобы считаться ценными, а потому передаваться новым членам в качестве правильного образа восприятия, мышления и отношения к конкретным проблемам [3].

В изданиях многих авторов часто встречаются термины «деловая культура», «деловая этика», «управленческая культура», «административная культура», «этика бизнеса», «культура делового общения», «организационная культура», «корпоративная культура». Разумеется, все эти понятия имеют право на существование, но дело в том, что по-разному они толкуются, наблюдается и другая крайность, когда между ними не делается никаких различий и порой складывается впечатление, что речь идет об одном и том же. А между тем это далеко не так. Отсутствие единого понимания феномена культуры и производных от нее понятий – проблема не только методологическая, но и практическая. Воплотить в жизнь, реализовать на практике духовные, нравственно-этические принципы весьма затруднительно, если нет понимания их глубинной сути. Ясность мысли и четкость действий в управлении, да и во всей жизни неотъемлемы и неотделимы друг от друга [1].

Рассматривая внутреннюю культурную среду промышленного предприятия, можно сделать вывод, что она представляет собой взаимосвязь формальной и неформальной систем, правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников.

На рис. 1 показана взаимосвязь организационных и корпоративных составляющих внутренней культурной среды. В данной системе нефор-

мальная составляющая – организационная культура, которая является самоорганизующейся системой, формирующейся независимо от управленцев. Формальная подсистема – это корпоративная культура. Она целенаправленно формируется топ-менеджментом организации для более эффективного достижения поставленных целей.



Рис. 1. Внутренняя культурная среда промышленного предприятия

Одним из этапов формирования корпоративной культуры предприятия является качественная оценка состояния культуры. Качественную оценку состояния корпоративной культуры можно дать на основе анализа реальных возможностей, выполнить требования, вытекающие из ее функциональной роли: создать условия для высокоэффективного, творческого труда, социально-психологического комфорта, обеспечить социальное партнерство персонала.

Степень комплексности выполнения этих требований и степень реализации на практике каждого характеризует силу корпоративной культуры организации. Сила корпоративной культуры – характеристика культу-

ры, описывающая ее устойчивость и эффективность в противостоянии иным тенденциям. Силу корпоративной культуры позволяет определить ряд показателей:

- толщина – количество важных предложений, ценностей, правил разделяемых сотрудниками, расчлененность представлений о корпоративной культуре, конкретизация ее основных элементов;
- делимость – количество сотрудников, разделяющих принципы корпоративной культуры;
- ясность приоритетов – определенность, обоснованность вариантов поведения в различных ситуациях.

Основные этапы исследования корпоративной культуры промышленного предприятия представлены на рис. 2.



Рис. 2. Этапы исследования корпоративной культуры предприятия

Проблема повышения эффективности деятельности постоянно возникает перед руководством любого предприятия. Особенно актуальна эта проблема для российских предприятий, которые не приспособлены к быстроменяющейся рыночной среде. Важнейшим фактором повышения

эффективности функционирования промышленного предприятия является развитие корпоративной культуры.

### **Список литературы**

1. *Красовский Ю. Д.* Организационное поведение / Ю. Д. Красовский. М.: ЮНИТИ, 1999. 472 с.
2. *Спивак В. А.* Корпоративная культура / В. А. Спивак. СПб: Питер, 2001. 352 с.
3. *Шейн Э.* Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. СПб: Питер, 2008. 336 с.