

А. С. Книга
к.э.н., заведующая кафедрой
Финансового менеджмента
И. В. Маратканова
старший преподаватель кафедры
Финансового менеджмента
(АлтГТУ, г. Барнаул)

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

Управление современной организацией невозможно эффективно осуществлять без учета особенностей ее корпоративной культуры. Несмотря на то, что за рубежом данное направление стало актуально еще в начале 1980-х годов, в России пик интереса к данной проблематике наблюдается в настоящее время. Большинство успешных организаций страны активно внедряют в систему менеджмента корпоративные правила и стандарты поведения, разрабатывают кодексы этики членов организаций, особое внимание уделяют внутриорганизационным ритуалам и мифам и др. В соответствии с этим изменились и требования к подготовке бакалавров и магистров по направлению «Менеджмент», которые должны обладать необходимыми знаниями по управлению корпоративной культурой.

В литературе понятие «корпоративная культура» употребляется наряду с понятием «организационная культура». Анализ отечественной и зарубежной литературы показывает, что круг определений понятия «организационная культура» и «корпоративная культура» достаточно широк. Кроме того, имеется некая терминологическая путаница: одни авторы отождествляют понятия «организационная и корпоративная культуры», другие наоборот проводят значительную границу между ними.

Изучив литературу по данной проблеме, исследователь выделяет следующие точки зрения на соотношение организационной и корпоративной культур.

Первая группа авторов рассматривают корпоративную культуру как тождественную организационной культуре.

Термины «corporate culture», «organizational culture», «corporate identity» используемые зарубежными авторами обозначают, что «корпоративная культура» то же самое что и «организационная культура». Т. Дил, А. Кеннеди, В. Шейн, предлагают следующее определение: «Организационная (корпоративная) культура – это комплекс базовых предположений, разработанных в организации (корпорации) для того, чтобы справляться с проблемой внешней адаптации и внутренней интеграции».

В своей известной книге «Диагностика и изменение организационной культуры» Ким Камерон и Роберт Куинн совмещают понятия организационной и корпоративной культур, не акцентируя внимание на различиях.

Отечественные исследователи О. С. Виханский, С. В. Иванова, Л. В. Карташова, Е. Д. Малинин, В. Л. Михельсон-Ткач, В. А. Спивак и др. считают, что организационная культура определяется при помощи тех же терминов, что и корпоративная, а именно: философия и идеология организации, предположения, ценностные ориентации, верования, ожидания, нормы, важные предположения, принимаемые и разделяемые всеми членами коллектива. Эти ценностные ориентации передаются индивидам через символические средства духовного и материального внутриорганизационного окружения.

Вторая группа авторов (Й. Масуда, А. Тоффлер, О. Н. Антипина, В.Л. Иноземцев) связывает возникновение корпоративной культуры с переходом индустриально-капиталистического общества в постиндустриальное.

Отечественные исследователи А.Э. Капитонов, Э.А. Капитонов в своей концепции основываются на переходе общества из индустриальной в постиндустриальную, или информационную стадию, рассматривают организационную культуру исключительно как принадлежащую к первому типу общества, а корпоративную культуру как атрибут эпохи информации. Под организационной культурой они понимают качественное состояние ее (организации) организационного устройства, системы управления, способа освоения экономических ресурсов, осуществления хозяйственных усилий в производстве товаров и услуг и взаимодействия с внешней средой. В понятие корпоративной культуры вкладывается следующий смысл: корпоративная культура – это приобретенное, усвоенное и воплощаемое позитивное корпоративное поведение и обращение работников корпорации внутри (и вовне) на основе коллективно разделяемых профессиональных интересов, ценностей, норм и традиций под контролем органов управления и са-

мой общественности. Таким образом, организационная культура выступила отправной точкой последующих трансформаций культурного пространства цивилизации нового качества.

Третья группа авторов (Ю. Д. Красовский, Б. З. Мильнер, Е.Г. Молл, В. В. Щербина) утверждают, что корпоративная культура – часть организационной культуры. Эта точка зрения менее распространена, и, кроме того, приводимые отличия между исследуемыми понятиями представляются не убедительными. Можно найти, например, утверждение о том, что организационная культура – это культура материнской организации, а корпоративная – культура подразделений этой организации в других странах. Вопрос чем же они различаются по существу (по структуре, функциям), остается неразрешенным. В то же время само наличие разных названий говорит о том, что такие различия должны быть.

В четвертом случае организационная культура трактуется как часть корпоративной культуры. Так например, А.И. Пригожин считает, что «умело определив функции, мотивацию, развитие отношений между работниками, согласование интересов, вовлечение работников в выработку общих целей – можно развивать организационную культуру до уровня корпоративной, когда интересы и действия работников максимально ориентированы на цели организации в целом».

Пятая группа авторов трактует корпоративную культуру как комплекс духовно-практических ценностей и действий в рамках разновидностей позитивного корпоративизма (неокорпоративизма). Согласно, этой точки зрения, корпоративная культура возможна лишь в условиях организаций, исповедующих ценности социального партнерства, в остальных же случаях необходимо говорить об организационной культуре. Однако подобный подход очевидно противоречит реальной практике использования термина «корпоративная культура» как в нашей стране, так и за рубежом.

Шестая группа авторов (Т.Ю. Базаров, А.А. Максименко, И. Грошев) рассматривают корпоративную и организационную культуру как самостоятельные феномены, имеющие пересечение в своих элементах.

Т. Ю. Базаров разводит понятия организационная и корпоративная культура. Организационная культура – это интегральная характеристика организации (ее ценностей, образцов поведения, способов оценки результатов деятельности), данная в языке определенной типологии. Корпоративная культура – сложный комплекс предположений, бездоказательно принимаемых всеми членами конкретной организа-

ции и задающих общие рамки поведения, принимаемые большей частью организации. Корпоративная культура проявляется в философии и идеологии управления, ценностных ориентациях, верованиях, ожиданиях, нормах поведения. Корпоративная культура регламентирует поведение человека и дает возможность прогнозировать его реакции в критических ситуациях.

По мнению А. А. Максименко, основой различия организационной и корпоративной культур является размер организации. «Для малой и средней группы, какой является организация, состоящая из десятков или сотен работников, более подходящей будет понятие организационной культуры (личностный или статусно-ролевой контакт, развитая внутренняя неформальная структура и т.п.). В организации, имеющем в своем составе несколько тысяч человек, отсутствует внутренняя неформальная структура, статусно-ролевой контакт или вообще знакомство на уровне статусов; применительно к ней можно говорить о корпоративной культуре».

Грошев полагает, что понятие «организационная культура» применима к локальной отраслевой организации, «корпоративна культура» к многопрофильной международной корпорации.

Резюмируя вышеизложенное, следует подчеркнуть, что на соотношение организационной и корпоративной культур имеется несколько точек зрения, которые существенно различаются. Современные исследователи, как правило, отождествляют корпоративную культуру с совокупностью ценностей, норм и форм поведения, убеждений.