



Ю. А. Клоков

## КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ПЕРСОНАЛА В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

*Рассматривается актуальная проблема корпоративной культуры для предпринимателей Калининградской области, осуществляющих свою деятельность на территории, окруженной странами ЕС, и ее соответствие европейским нормам в условиях глобализации экономики.*

*The author discusses urgency and current necessity of the problem of corporate culture for the businessmen of the Kaliningrad region who are carrying out activity on territory surrounded by the EU. He gives special attention to fitting the European norms of corporate culture in conditions of economy globalization.*

**Ключевые слова:** корпоративная культура, стиль руководства, персонал, концепция управления персоналом, организационная идентичность, внутрифирменное предпринимательство.

**Key words:** corporative culture, leadership style, personnel, concept of personnel management, organizational identity, intrafirm business..

Многие предприниматели уже осознали, что без целенаправленного развития корпоративной культуры невозможно эффективное внедрение новых систем и методов управления, повышение конкурентоспособности продукции. Это следствие того, что рыночная среда и корпоративная культура предпринимательства как ее составляющая в Калининградской области более развита по сравнению с другими российскими регионами, но уступает требованиям цивилизованного рынка, в том числе стран ЕС. Важным способом повышения эффективности предпринимательства является применение такого ресурса, как корпоративная культура. Рассмотрим ее роль в качестве конкурентного преимущества более детально.

Корпоративная культура исследуется по трем направлениям:

1) *культура управления*, т.е. стиль руководства, профессионализм, восприятие персонала как достояния фирмы, осознание миссии организации, повышение уровня удовлетворенности трудом, применяемые методы стимулирования и т.д.;

2) *культура межличностных коммуникаций*, т.е. социально-психологический климат, наличие чувства коллективизма, взаимопонимания, разделение всеми работниками ценностей и убеждений компании и др.;

3) *культура работника* – его поведение, ценностные ориентации, убеждения, культура чувств, профессиональных, деловых и личностных качеств и т.д. [1].



Сегодня никто не подвергает сомнению факт политической, экономической и культурной интеграции, происходящей в процессе глобализации. Страны активно сотрудничают и взаимодействуют во всех сферах жизни: политике, экономике или культуре, на различных их уровнях. Процесс глобализации, охвативший все сферы жизни, не оставил в стороне и Россию. Мы сотрудничаем и работаем в многонациональных компаниях, обмениваемся опытом в производственной и профессиональной сферах. Знание культурных особенностей необходимо для понимания поведения людей – представителей разных стран.

Культура, в сущности, представляет собой способ приспособления человека к существующей физической и биологической среде. Руководители многонациональных корпораций, достигших успеха, признают, что если правильно использовать культурные различия сотрудников, то эти различия превращаются в источники новых возможностей. Как одна из форм проявления общей культуры корпоративная (или организационная) культура создается и действует по тем же законам, что и любая другая социальная культура, но отличается своими особенностями. Понятие корпоративной культуры – достаточно новое для России, хотя оно уже давно исследуется за рубежом. Изучение корпоративной культуры вызвано следующими основными причинами:

а) феномен культуры реален и имеет большое значение для общества в целом, организации, группы внутри нее или отдельно взятого индивида; а любое явление такой значимости следует изучать;

б) производственную деятельность и индивида, и организации в целом, отношение людей к организации невозможно понять без учета организационной культуры; многие исследования сегодня подтверждают, что эффективность деятельности организации зависит от типа или степени развития организационной культуры;

в) понятие корпоративной культуры путают или смешивают с понятиями организационного климата, идеологии, философии, стиля, методов управления людьми и т.д.; если мы хотим использовать это понятие на благо общества, организации и личности, необходимо вычленив его из ряда ему подобных, наделить четким определением и построить его теоретическую базу;

г) культурные воздействия сильны, следуют определенным моделям, требуют подражания и прогнозирования [2, с. 65].

Национальная культура принимающей страны и корпоративная культура компании взаимодействуют на внешнем и внутреннем уровнях. На внешнем уровне проявляется воздействие на корпоративную культуру экономических, политических и социальных особенностей национальной культуры, принятых норм управления и правил ведения бизнеса. На внутреннем уровне взаимодействие и взаимозависимость корпоративной и национальной культур выражаются в межличностных отношениях представителей разных национальных культур в рамках одной организации. Сегодня становится все очевиднее взаимозависимость культур, которая проявляется на всех уровнях жизнедеятельности человечества, в том числе в сфере бизнеса. Межнациональные корпорации, завоевавшие рынки многих стран, стали неотъемлемой частью экономики. Неоспоримо



одно: современные специалисты должны обладать многокультурностью. Им предстоит работать вместе с людьми разных национальностей в «глобальной деревне» XXI в. Корпоративная культура в значительной степени определяет поведение сотрудников организации, поскольку она предполагает разделение членами коллектива единых корпоративных норм и ценностей, представлений и отношений; обеспечивает социальную стабильность организации и создает чувство общности всех сотрудников. Руководство организации стремится создавать и поддерживать сильную корпоративную культуру, понимая ее значимость для успешного решения стоящих перед организацией задач [2, с. 209].

В современных условиях происходят качественные изменения в области глобализации товарных рынков и конкуренции. Деятельность международных организаций привела к снижению торговых барьеров между странами, препятствующих их участию во всемирной торговле, и открытию доступа к международным рынкам. Более полно используют возможности глобализации транснациональные корпорации, которые предлагают свои товары и услуги на всех товарных рынках. В условиях глобализации резко меняется предпринимательская среда, и национальные фирмы не могут игнорировать международные рынки. Взаимозависимость национальных экономик при производстве товаров и услуг привела к осознанию компаниями потребности глобального подхода к бизнесу. По мнению ряда ученых, в числе которых и М. Портер, в современной экономике, особенно в условиях глобализации, традиционное деление экономики на сектора или отрасли утрачивает актуальность. На первое место выходят кластеры — системы взаимосвязей фирм и организаций, имеющих высокий рыночный потенциал.

Сегодня нет единого подхода к определению термина «глобализация». Глобализацию в целом определяют как особый этап интернационализации хозяйственной жизни, характеризующийся дальнейшей транснационализацией производства и капитала, усилением взаимозависимости и взаимовлияния различных сфер и процессов в рамках мировой экономики, направленных на постепенное превращение мирового хозяйства в единый рынок товаров, услуг, капитала, рабочей силы и информации. Важнейшими направлениями глобализации считают финансовую глобализацию, становление и развитие глобальных компаний, интенсификацию и изменения в мировой торговле, регионализацию экономики, тенденцию перехода к информационной экономике. При этом резко увеличились международные финансовые потоки. Ежедневный оборот иностранной валюты в мире возрос с 15 млрд дол. в 1973 г. до 1,7 трлн дол. в 1999-м. При этом в сфере инвестиций наблюдается дифференциация по странам: 3/4 всех мировых инвестиций в последние десятилетия было направлено в развитые страны [2, с. 9–10].

Можно выделить ряд факторов, лежащих в основе глобальных процессов в мировой экономике:

- 1) экономический — международная концентрация, централизация капитала, рост крупных компаний и финансовых групп, либерализация, дерегулирование рынков товаров и капиталов;
- 2) политический и международный — размывание государственных границ, ослабление противостояния политических блоков, дей-



деологизация международных контактов, принятие международных правовых актов и соглашений;

3) технический — развитие средств транспорта, коммуникаций и информационных технологий для быстрого распространения идей, товаров, финансовых ресурсов;

4) социальный — ослабление роли традиций, обычаев, духовное и эмоциональное сближение народов, изменение уровней жизненных ценностей, политических и социальных представлений людей, возрастание роли человека в глобальной экономике;

5) демографический — стремительный рост населения планеты и его влияние на глобальную экономику и политику;

6) экологический — возникновение и обострение экологических проблем, имеющих глобальное значение для жизни на Земле (глобальные процессы в ноосфере, глобальное потепление и пр. [2, с. 10]).

В настоящее время основу концепции управления персоналом как системы теоретико-методологических взглядов, принципов и методов составляют возрастающая роль личности работника, знание его мотивационных установок, умение их формулировать и направлять в соответствии с задачами, стоящими перед организацией. В таких случаях управление персоналом приобретает особую значимость. При переходе к рынку происходит постепенная замена иерархического управления рыночными отношениями. Рыночная концепция управления персоналом требует переоценки ценностей, поворота приоритетов работающего к потребителю, прибыли, проявлению инициативы; перехода к социальным нормам, базирующимся на здоровом экономическом смысле, но не в ущерб духовно-нравственной стороне дела. Основные задачи новых служб управления персоналом, создающихся на базе традиционных служб, в рыночных условиях заключаются в реализации кадровой политики и координации деятельности по управлению трудовыми ресурсами организации. В связи с этим они начинают расширять круг своих функций и кадровых вопросов; переходят к разработке систем стимулирования трудовой деятельности, управлению профессиональным продвижением, предотвращению конфликтов, изучению рынка трудовых ресурсов и т.п. Система управления персоналом организации — это система, в которой реализуются функции управления персоналом [5, с. 94].

Современный этап развития теории предпринимательства позволяет рассматривать крупное предприятие как систему корпоративного предпринимательства, в которой участвуют акционеры и служащие. Существующая предпринимательская модель корпораций при этом наделяет предпринимательской функцией только управленческое ядро, тесно связывающее собственника, совет директоров и топ-менеджеров. Современная концепция признания человека потенциальным «носителем» предпринимательских идей делает актуальными вопросы развития внутрифирменного предпринимательства. Сегодня очевидно, что внутрифирменное предпринимательство «доставляет» систему корпоративного предпринимательства, придавая ей комплексность, целостность и завершенность, замыкая предпринимательские процессы на активизации предпринимательского поведения всех работников и вовлечении их тем самым в общекорпоративную деятельность. Важная роль организа-



ционной культуры в развитии внутрифирменного предпринимательства подтверждается и при подходе к данной проблематике с иной стороны: теоретические исследования и существующий опыт дают возможность определить внутрифирменное предпринимательство как форму внутренней трансформации предприятия с целью повышения эффективности и дальнейшего развития за счет использования предпринимательского потенциала сотрудников. Данная организационная трансформация представляет собой комплекс системных преобразований, нацеленных на коренное обновление и совершенствование предприятия.

Исследование феномена организационной культуры началось давно и имеет сложившуюся историю. Однако именно сейчас, когда человек признан важнейшим звеном в структуре организации, определяющим успех или неудачу ее функционирования, организационная культура стала основным показателем, необходимым для правильного понимания и эффективного управления организационным поведением. К настоящему времени не сложилось единого определения рассматриваемого понятия; это объясняется тем, что разработкой концепции культуры организации занимаются представители разных научных направлений. Многообразие существующих определений приводит к пониманию того, что организационная культура — сложное, многослойное и многогранное явление, включающее и материальное, и духовное в жизни, деятельности и поведении предприятия по отношению к субъектам внешней среды и собственным сотрудникам. Невозможно привести какой-либо обобщенный перечень культурных феноменов, поскольку организационная культура всегда является оригинальной смесью ценностей, отношений, привычек, традиций, форм поведения и ритуалов, присущих только данной организации. Вопрос в том, поддерживает организационная культура эффективную работу организации или препятствует реализации ее целей.

Формирование особой организационной культуры, позволяющей раскрыть и задействовать в полной мере предпринимательские способности каждого сотрудника и представляющей собой своего рода «катализатор» активного предпринимательского поведения, будет прочным фундаментом для развития внутрифирменного предпринимательства [4].

Анализ многочисленных зарубежных и отечественных исследований последних лет, посвященных организационной культуре, показал, что до сих пор остается открытым вопрос о взаимосвязи организационной идентичности и организационной культуры. Этот вопрос — центральный как в понимании природы организационной культуры, так и в управлении персоналом в целом. Важной характерной особенностью многочисленных работ, посвященных организационной культуре, является рассмотрение данного феномена с позиции сплоченности. Управленческая наука наполнялась знаниями преимущественно из социальной психологии, теории групповой динамики К. Левина, определяющей неформальный контур организации [3].

В современной научной управленческой мысли очень мало стройных концепций, рассматривающих организационную культуру с позиции целесообразности. Поэтому принятие формальных целей и ценностей работниками организации рассматривается нами как приоритетное условие идентичности организационной культуры.



### Список литературы

1. Бобрик Ж. К вопросу формирования корпоративной культуры на предприятиях Калининградской области // 3-я Международная научная конференция «Перспективы экономики Калининградского региона и развитие ЕУ». Калининград, 2007. С. 98 – 99.
2. Коница Н. Ю. Менеджмент в международных компаниях: как побеждать в конкурентной борьбе. М., 2008.
3. Максименко А. А. Идентичность организационной культуры сетевых компаний банковского сектора // Управление персоналом. 2008. №24 (202). С. 48 – 51.
4. Мерзликина Г. С., Агиевич Т. Г. Организационная культура как ключевой фактор развития внутрифирменного предпринимательства // Региональная экономика: теория и практика. 2009. №1 (94). С. 11 – 14.
5. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учебное пособие. М., 2008.

### Об авторе

Ю. А. Клоков – канд. пед. наук, доц., Санкт-Петербургская академия управления и экономики.

### The author

Y. A. Klockov – PhD in Pedagogy, associated professor, Saint-Petersburg Academy of Management and Economics.