

УДК 338.24

DOI: 10.26140/anie-2020-0904-0037

ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ И СОЦИАЛЬНУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2020

Author ID: 687319

SPIN: 2574-6813

ORCID 0000-0001-5456-3165

Scopus ID: 5719041987

Коломыц Оксана Николаевна, кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры отраслевого и проектного менеджмента
Кубанский государственный технологический университет
(350072, Россия, Краснодар, ул. Московская, д. 2, e-mail: ksu_berimor@mail.ru)

Author ID: 858715

SPIN: 5970-9520

ORCID 0000-0003-3977-6773

Савеленко Вячеслав Михайлович, доктор социологических наук, доцент,
старший научный сотрудник

Краснодарское высшее военное авиационное училище летчиков им. А.К. Серова
(350090, Россия, Краснодар-5, ул. Дзержинского, д. 135, e-mail: svm003@bk.ru)

Author ID: 463445

SPIN: 8957-6400

Загнитко Светлана Николаевна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента и торгового дела

Российский университет кооперации, филиал - Краснодарский кооперативный институт
(350015, Россия, Краснодар, ул. Седина, 168, e-mail: shabahu@bkl.ru)

Аннотация. В статье рассмотрены уровни, типы и составляющие корпоративной культуры; приведены основные этапы процесса формирования корпоративной культуры и методы ее диагностики. Обосновано, что корпоративная культура выступает как экзогенным механизмом, влияющим как на поведение организации, так и эндогенным, способствующим ее развитию, достижению организационных целей, повышающим эффективность деятельности. Целью исследования является выявление степени влияния корпоративной культуры на экономическую и социальную эффективность деятельности предприятий, что особенно актуально для российского бизнеса. В период развития корпоративного сектора российской экономики управление в динамичных условиях постоянно изменяющейся внешней среды обуславливает необходимость участия персонала в принятии решений. Формирование навыков группового принятия решений менеджерами выступает прерогативой корпоративной культуры. В работе применялись методы структурно-логического, системного анализа, сравнения, динамического, экспертно-аналитического, а также диалектические методы, имеющие общенаучный характер. Используемые авторами методы и приемы основаны на логических выводах. Полученные результаты позволили сделать вывод, что корпоративная культура является необходимым условием функционирования и развития любой организации, а её уровень напрямую влияет на эффективную работу коллектива. Руководству компаний необходимо постоянно проводить мониторинг и диагностику корпоративной культуры, генерировать новые способы развития и совершенствования корпоративной политики, что напрямую отразится на эффективности функционирования организации. Развитие и трансформация корпоративной культуры в процессе адаптации организации, имеет свойство модифицировать как «внутреннюю», так и «внешнюю» среду корпорации.

Ключевые слова: корпоративная культура, экономическая и социальная эффективность, внутренняя среда, ценности компании, типы корпоративной культуры, методы диагностики, корпорации.

INFLUENCE OF CORPORATE CULTURE ON ECONOMIC AND SOCIAL EFFICIENCY OF ENTERPRISES

© 2020

Kolomyts Oksana Nikolaevna, candidate of social Sciences, associate Professor,
associate Professor of the Department of industry and project management
Kuban State Technological University

(350072, Russia, Krasnodar region, Krasnodar, Moskovskaya str., 2, e-mail: ksu_berimor@mail.ru)

Savelenko Vyacheslav Mikhailovich, doctor of social Sciences, associate Professor,
senior researcher

Krasnodar higher military aviation school of pilots named after A. K. Serov
(350090, Russia, Krasnodar-5, Dzerzhinskiy str., 135, e-mail: svm003@bk.ru)

Zagnitko Svetlana Nikolaevna, candidate of economic Sciences, associate Professor
of the Department management and trade

Russian University of cooperation, branch of Krasnodar cooperative Institute
(350015, Russia, Krasnodar, Sedina str., 168, e-mail: shabahu@bkl.ru)

Abstract. The article considers the levels, types and components of corporate culture; the main stages of the process of forming corporate culture and methods of its diagnostics are given. It is proved that the corporate culture acts as an exogenous mechanism that affects both the behavior of the organization, and endogenous, contributing to its development, achieving organizational goals, increasing the effectiveness of activities. The purpose of the study is to identify the degree of influence of corporate culture on the economic and social performance of enterprises, which is especially relevant for Russian business. In the period of development of the corporate sector of the Russian economy, management in a dynamic environment of constantly changing external environment necessitates the participation of personnel in decision-making. The formation of group decision-making skills by managers is the prerogative of corporate culture. The paper uses methods of structural-logical, system analysis, comparison, dynamic, expert-analytical, as well as dialectical methods that have a General scientific character. The methods and techniques used by the authors are based on logical conclusions. The results obtained allow us to conclude that corporate culture is a necessary condition for the functioning and development of any organization, and its level directly affects the effective work of the team. The company's management needs to constantly

monitor and diagnose the corporate culture, generate new ways to develop and improve corporate policy, which will directly affect the effectiveness of the organization's functioning. The development and transformation of corporate culture in the process of adaptation of the organization has the property to modify both the "internal" and "external" environment of the Corporation.

Keywords: corporate culture, economic and social efficiency, internal environment, company values, types of corporate culture, diagnostic methods, corporations.

ВВЕДЕНИЕ

В период развития корпоративного сектора российской экономики проблемам формирования корпоративной культуры, являющейся одной из базовых в менеджменте, посвящено достаточно большое количество исследований. Следует отметить наличие разнообразных концептуальных подходов к анализу данного явления. Значение корпоративной культуры для развития организации трудно переоценить, поскольку она определяет организационную идентичность сотрудников и их внутригрупповое представление о компании, выступая источником стабильности; создает ощущение надежности организации, способствуя формированию чувства социальной защищенности; помогает работникам интерпретировать происходящие в организации события, определяя их наиболее важные, существенные моменты; стимулирует самосознание и высокую ответственность работника, выполняющего поставленные перед ним задачи [1]. Эффективное развитие корпоративной культуры способствует внедрению и использованию новых систем и методов управления, повышению конкурентоспособности продукции и становится фактором эффективной организации труда.

Процесс формирования и развития корпоративной культуры – это, как правило, результат, полученный от совместной деятельности трудового коллектива и руководства компании. Каждая организация реализует свою концепцию корпоративной культуры, свою систему норм и ценностей, которые является факторами, влияющими на достижение намеченных целей и эффективного развития.

Для российских организаций корпоративная культура – явление относительно новое (рисунок 1). Несмотря на это все большее количество руководителей и топ-менеджеров осваивает и применяет опыт успешных иностранных компаний, внедряя этот эффективный инструмент в свой бизнес.

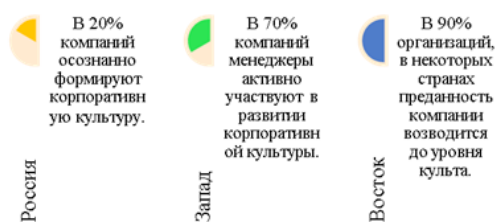


Рисунок 1 – Степень использования корпоративной культуры в компаниях России, Востока и Запада

Данное обстоятельство обусловлено переходом российского экономического пространства на новый этап развития. Ведь как отмечает консультант по развитию организаций Данила Демин: «Корпоративная культура является фактором инновационных преобразований, выводящих на первое место «человеческий ресурс», приобретающий доминирующее значение и статус измерителя экономического успеха современных корпораций-сообществ» [2].

Исследованию различных аспектов корпоративной культуры посвящено большое количество научных и практических работ, но лишь немногие из них пробовали количественно оценить, как она влияет на эффективность труда, творчество, ценности и темпы роста компаний.

МЕТОДОЛОГИЯ

В работе применялись методы структурно-логиче-

ского, системного анализа, сравнения, динамического, экспертно-аналитического, а также диалектические методы, имеющие общенаучный характер. Используемые методы и приемы основаны на логических выводах.

РЕЗУЛЬТАТЫ.

Для понимания сущности и роли корпоративной культуры в деятельности компаний, учеными Колумбийской Бизнес Школы во главе с профессором Шивой Раджгопалом на протяжении 13 месяцев проводилось исследование, в ходе которого было опрошено более 1400 руководителей и финансовых директоров на предмет необходимости корпоративной культуры и ее влияния на успешность компаний. Для количественной оценки ответов респондентов сформулированные вопросы можно было интерпретировать однозначно [3].

Общие результаты проведенного опроса представлены на рисунке 2.

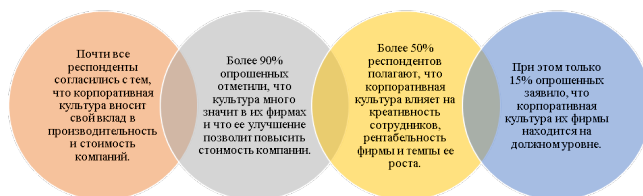


Рисунок 2 – Результаты опроса, проведенного Ш. Раджгопалом

Полученные результаты свидетельствуют об осознании руководителями положительного влияния корпоративной культуры на экономическую и социальную эффективность, однако лишь в немногих организациях создана и функционирует полноценная корпоративная культура.

Корпоративная культура или ее отдельные элементы так или иначе есть в каждой компании, где-то в большей степени, где-то в меньшей. Почеркнем, что ее наличие никоим образом не зависит напрямую от существования специализированных отделов и департаментов. В одних компаниях она формируется целенаправленно, а в других возникает стихийно.

Следует отметить, что сегодня существует многообразие различных классификаций типов, видов, элементов, уровней и многих других аспектов корпоративной культуры.

Например, Э.Шейном выделены три уровня корпоративной культуры [4] (рисунок 3).

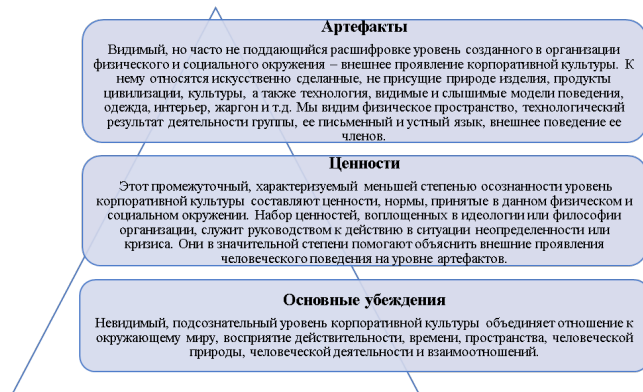


Рисунок 3 - Уровни корпоративной культуры по Э. Шейну

Составляющие корпоративной культуры, отмеченные Г.Трайсом и Дж.Бейером приведены на рисунке 4 [5].



Рисунок 4 - Составляющие корпоративной культуры по Г. Трайсу и Дж. Бейеру

Исходя из этого, корпоративная культура является необходимым условием функционирования и развития любой компании [6], а её уровень напрямую влияет на эффективную работу коллектива.

Процесс формирования корпоративной культуры включает в себя пять основных этапов (рисунок 5).



Рисунок 5 – Этапы формирования корпоративной культуры

Для первого этапа характерно понимание необходимости изменений в существующей корпоративной культуре. Причиной этому могут быть проблемы во внутренней среде компании, что, в свою очередь, ведет к уменьшению эффективности ее деятельности.

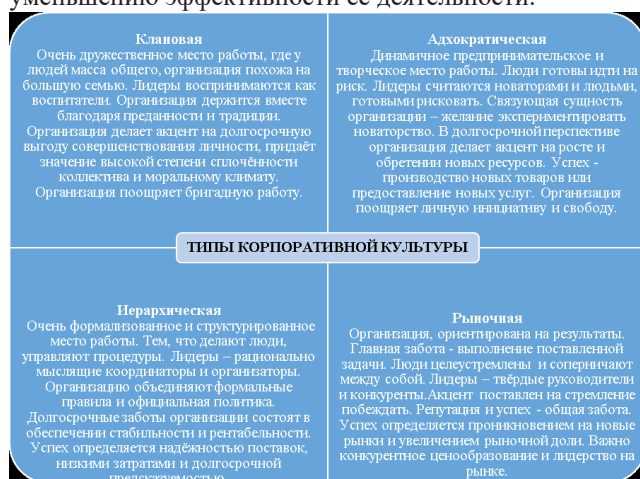


Рисунок 6- Типы корпоративной культуры по К. Камерону и Р. Куинну

На втором этапе проводится диагностика корпоративной культуры, проводится SWOT-анализ, определяется ее тип и разрабатывается сценарий предполагаемых изменений [7].

Согласно теории, основанной на анализе конкурирующих ценностей компаний [8], К.Кэмерона и Р.Куинна существуют четыре типа корпоративной культуры (рисунок 6).

Методы диагностики корпоративной культуры можно разделить на 2 типа: методы прямой и методы косвенной диагностики (рисунок 7).

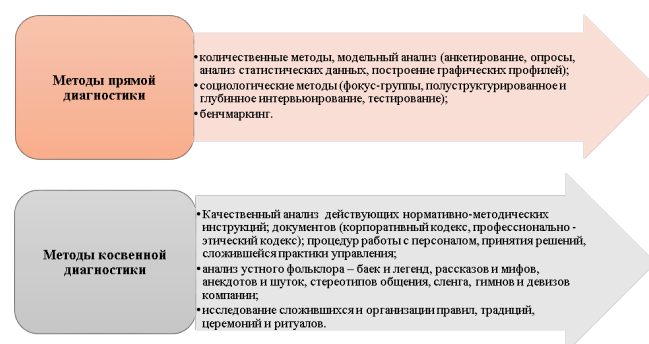


Рисунок 7 – Методы диагностики корпоративной культуры

Третий этап - создание сценария изменений. На основании результатов проведенной диагностики планируются непосредственные мероприятия по трансформации корпоративной культуры и разрабатываются критерии для оценки эффективности данных мероприятий.

На четвертом этапе, который достаточно подробно освещен в работах Ю.Г.Одегова, К.Морозовой, Л.Фаткина, Е.Е.Брилинга и др. [9], происходит формирование единой команды, готовой реализовывать изменения. Для этого нужно иметь разработанную систему критериев и показателей, с помощью которых будет осуществляться прием на работу новых работников. Отбор будет направлен на выявление креативности, лояльности, творческого отношения к трудовой деятельности, готовности работы в команде, а также способности принимать управленческие решения [10-18].

Приоритетная задача в формировании и сплочении коллектива принадлежит «обучающему менеджеру». Именно он оказывает влияние на сотрудников не только путем имеющихся власти и контроля, но и посредством утверждения существующих и появляющихся корпоративных ценностей, налаживания конструктивно-функциональных взаимоотношений, содействия росту и развитию персонала, направленных на достижение основной цели деятельности компании.

Эффективным шагом также является введение системы наставничества, поскольку функционал наставника предусматривает помощь в изучении специфики работы, передачу обязательных знаний путем неформального общения, что способствует более быстрому процессу адаптации вновь принятых работников.

На пятом этапе – трансформация корпоративной культуры – необходимо непосредственно проводить изменения, осуществлять их мониторинг и оценивать эффективность.

ВЫВОДЫ

Формирование полноценной и действенной корпоративной культуры - длительный и сложный процесс, который не должен заканчиваться никогда. Руководству компаний необходимо постоянно быть вовлеченными в этот процесс, регулярно проводить диагностику корпоративной культуры и генерировать все новые способы развития и совершенствования корпоративной политики своей организации, тем самым повышая

эффективность функционирования своих организаций.

Другими словами, развиваясь и трансформируясь в процессе адаптации организации, корпоративная культура имеет свойство модифицировать как «внутреннюю», так и «внешнюю» среду корпорации [19].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сухорукова М.Л. Ценности как ключевой элемент организационной культуры // *Управление персоналом*. - 2000. - № 11 (53). - С. 39-44.
2. Демин Д. Корпоративная культура. 10 самых распространенных заблуждений. – ООО «Альпина Паблишерз», 2016.
3. Рушьева А.В. Корпоративная культура как источник эффективности организации // *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. - Серия: Социальные науки. - 2006. - № 1 (5). - С. 367-374.
4. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. - СПб: Питер, 2017. - 336 с.
5. Козлов В.В. Корпоративная культура: опыт, проблемы и перспективы развития: монография. – М.: Дело, 2016. – 219 с.
6. Черникова В.Е. Развитие кадрового потенциала как инструмента повышения конкурентоспособности организации // *Региональные проблемы преобразования экономики*. - 2018. - № 12 (98). - С. 229-235.
7. Прохорова В.В., Нижельская К.О. К вопросу о необходимости формирования корпоративной культуры на российских предприятиях // *Экономика и управление в современных условиях: проблемы и перспективы. Сборник научных трудов по материалам IV Международной научно-практической конференции. Под научной редакцией А.А. Тамова*. 2017. - С. 59-63.
8. Караченцева А.А., Белова Е.О. Оценка конкурентной позиции организации // *Сборник научных статей факультета экономики, управления и бизнеса. ФГБОУ ВПО «КубГУ»*. Краснодар, 2015. - С. 159-161.
9. Лапина Т.А. Корпоративная культура: учебно-метод. пособие. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2015. – 96 с.
10. Магзумова Н.В., Найденова В.В. Опыт управления на предприятиях Японии и возможность его использования в российских условиях // *Современная Россия: потенциал инновационных решений и стратегические векторы развития экономики. материалы Международной научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет»*. - 2018. - С. 121-125.
11. Корпоративная культура и эффективность предприятия: монография / Т.Б. Иванова, Е.А. Журавлёва. – М.: РУДН, 2016. – 152 с.
12. Трубилина А.И., Толмачев А.В., Иванова И.Г. Теория менеджмента. Учебник. - Краснодар, 2016. – 343 с.
13. Коломыц О.Н., Котельников А.С. Роль и значение стратегического управления человеческими ресурсами в современных рыночных условиях // *Экономика и управление в современных условиях: проблемы и перспективы. Сборник научных трудов по материалам V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Под научной редакцией проф. А.А. Тамова*. 2018. С. 368-372.
14. Орлова А.В. Роль социальных норм и корпоративной культуры в противодействии коррупции // *Актуальные проблемы экономики и права*. 2017. Т. 11. № 4. С. 23-34.
15. Сурженко Л.В. Личностные ценности преподавателей в контексте корпоративной культуры вуза // *Азимут научных исследований: педагогика и психология*. 2018. Т. 7. № 1 (22). С. 317-320.
16. Анохина С.П. Имидж коллективного субъекта в объявлениях о наборе персонала в СМИ ФРГ // *Балтийский гуманитарный журнал*. 2016. Т. 5. № 1 (14). С. 9-12.
17. Данилов А.П., Усольцева И.В. Актуальные аспекты эффективности использования трудовых ресурсов коммерческой организации // *Гуманитарные балканские исследования*. 2019. Т. 3. № 2 (4). С. 109-112.
18. Савеленко В.М., Коломыц О.Н., Пермяков А.В. Интеллектуальный потенциал как приоритетный фактор экономического роста и конкурентное преимущество предприятия в бизнес-среде // *Экономика и предпринимательство*. - 2018. - № 7 (96). - С. 765-769.
19. Мецгер А.А. Корпоративная культура в моделях корпоративного управления // *Управленец*. - 2013. - № 2 (42). - С. 47-55.

Статья поступила в редакцию 03.08.2020

Статья принята к публикации 27.11.2020