

ЭКОНОМИКА

Ковалев Андрей Геннадьевич

ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный

аэрокосмический университет

имени академика М.Ф. Решетнева»

заместитель директора по развитию

ГПКК «Комплекс «Сосна»

г. Красноярск, Красноярский край

СРАВНЕНИЕ ВЛИЯНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ ГОСУДАРСТВА НА БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в настоящей работе рассматривается проблема влияния национальной культуры государства на формирования базовых принципов корпоративной культуры зарубежных и современных российских организаций.

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная культура, национальная культура, базовые ценности, менеджмент.

В современных условиях организационная культура является тем фундаментом, который позволяет организациям стабильно функционировать с разной мерой эффективности и достигать тех целей, для которых они изначально были созданы.

Для коммерческих организаций такой целью является извлечение прибыли в результате удовлетворение спроса общества на товары, работы, услуги. Некоммерческие организации согласно российского законодательства создаются для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных, управленческих и удовлетворения иных нематериальных потребностей граждан, то есть в целях, направленных на достижение общественных благ.

Для удовлетворения потребности общества в управлении создаются органы государственной и муниципальной власти, которые в своем правовом положении приравниваются в законодательстве России к такому виду некоммерческих организаций как казенное учреждение.

Учитывая, что эффективная корпоративная культура служит базой для достижения цели корпорации, управление ею можно считать составной частью и одновременно инструментом менеджмента любой корпорации.

Различия в целях организаций не могут не оказывать влияния на корпоративную культуру организаций различных правовых форм, однако в большей мере на формирование корпоративной культуры и коммерческих и некоммерческих организаций оказывает национальная культура той страны, на территории которой организация создана и функционирует. Иерархию культур можно представить схематично.

В настоящей статье будет рассматриваться один аспект культуры организации – культура организации менеджмента и в первую очередь тот уровень корпоративной культуры, который именуется в теории – уровень базовых ценностей. Следует сделать теоретическое отступление, что среди уровней корпоративной культуры Э. Шейн выделяет: 1) верхний уровень – уровень внешних проявлений – уровень артефактов; 2) средний уровень – уровень установленных правил и понятий – уровень провозглашаемых ценностей; и 3) глубинный уровень – часто неосознаваемый уровень базовых ценностей – уровень сущностный и наиболее сложно поддающийся корректировке и изменениям.

Особенности национальных культур непосредственно оказывают влияние на глубинный уровень корпоративной культуры и во многом определяют базовые ценности и представления о том, в каком виде должна существовать та или иная организация.

В связи с вышеизложенным имеет смысл обратить внимание на национальные особенности менеджмента и, следовательно, корпоративных культур наибо-

лее эффективных в своем экономическом развитии стран. Таких как США, Япония и Китай и сравнить их с тенденциями в развитии организационной культуры в России.

Для американской экономики совершенный менеджмент является неизменным конкурентным преимуществом. Американские теоретики в управлении обладают монополией на управленческую мысль, именно там стали относиться к управлению как к особой профессии первыми, здесь же возникли и первые бизнес-школы. В американской экономике большое внимание уделяется инновациям, внедрение в производство новых продуктов, услуг и новых идей. В результате американский бизнес легко адаптируется к изменениям во внешней среде. Однако стержнем американской системы управления в экономике организации является такое понятие, как «skills» (умение, навык). Этому принципу положил начало Генри Форд и его «конвейер». Именно конвейер, т.е. разбиение любой сложной задачи на более мелкие, стандартные составляющие позволяет среднему человеку работать с максимальной эффективностью, а управляющему эффективно организовать и планировать производство.

Функциональный подход и принцип сосредоточения на том, что человек умеет делать лучше всего породил анекдоты об ограниченности американцев, но сделал эффективной экономику страны в целом. Американцы перепоручают все, что не составляет основу бизнеса профессионалам. Отсюда расцвет аудита, консалтинга, аутсорсинга, рекрутинга. Поощряется профессиональный, но не должностной рост сотрудников, т.е. рост строго в рамках специализации. То есть работником со временем приобретаются все новые навыки, он становится «узким» специалистом. Работники переходят из фирмы в фирму на должность в соответствии со своей специализацией и квалификацией.

В японском обществе же, напротив, специалисты делают карьеру в рамках одной фирмы, проходя путь от рабочего до менеджера высшего звена. Поощряется многофункциональность специалистов. Объяснения этим особенностям можно найти в истории страны. Послевоенная японская экономика испытывала

недостаток рабочей силы (средняя продолжительность жизни японского рабочего в 50-х годах 20-го века составляла 45-50 лет) Поэтому работодатель всеми силами старался удержать работника и поощрял такие качества, как лояльность к организации («commitment») и универсальность, а не специализацию и узконаправленный профессионализм, как американцы (у Форда за воротами стояла очередь их желающих получить работу).

Таким образом, американская организационная культура стремится к поощрению действия и быстроты, а японская поощряет гармонию и неспешность. В американской культуре к базовым ценностям относится функция, выполняемая человеком, а в японской сам человек. И тот и другой типы имеют свои плюсы и минусы и своих приверженцев.

Особенности российского менеджмента и корпоративной культуры ее организаций всех форм во многом вызван так же историческими факторами – российская экономика – это экономика сырьевая, до настоящих дней переходная от экономики регулируемой государством к экономике рынка. В связи с отсутствием длительного опыта функционирования в рыночных условиях у управленцев часто усматривается недостаточно высокий уровень профессионализма в области менеджмента. Недостаток профессиональных знаний порождает авторитарный, автократический стиль управления. В связи с большой долей участия и контроля государства в бизнесе, а также изменчивость законодательства и отсутствие четкой экономической стратегии управленцы избегают действий по правилам и законам, стремятся обойти их. Отсюда рискованные схемы налогового планирования, злоупотребления при реорганизации, слиянии и поглощении бизнесов...

Сильными сторонами можно считать гибкость руководителей, творческий подход к решению проблем и ориентацию менеджмента на гармонию во взаимоотношениях в коллективе. В настоящий момент в российском обществе наметились две тенденции в отношении развития типов корпоративных культур организаций.

Первый тип – это компания с сильным авторитарным лидером, который гибко реагирует на изменения во внешней среде, переносит господствующие там принципы в корпоративную культуру, решения принимает исходя из краткосрочных, субъективных целей. Такой тип может эффективно работать при небольших масштабах бизнеса.

Второй тип – это глобальный бизнес. Ориентированный на долгосрочное развитие. С высоко профессиональным управленческим составом, опирающимся на гармонию взаимоотношений внутри организации, умение работать в команде, творческий подход к решению проблем. Хотелось бы, чтобы в качестве национальной модели организации закрепился именно второй вариант, победив тенденцию развития фирм по образцу полной автократии.

Список литературы

1. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство. – СПб.: Питер, 2002. – С. 31.
2. Бочкарев А., Кондратьев В., Краснова В., Матвеева А. и др. 7 нот менеджмента. Настольная книга руководителя. – М.: Эксмо, 2008.
3. Leading by example in company culture [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bbc.com/news/business-23169441>