

Сава-Завадская Ольга Владимировна

студентка

Дюйзен Екатерина Юрьевна

канд. экон. наук, старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Хабаровский государственный

университет экономики и права»

г. Хабаровск, Хабаровский край

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ

***Аннотация:** в статье рассмотрены исторические предпосылки становления и развития корпоративной культуры организации, рассмотрены понятия корпоративной культуры, выявлены признаки культуры, а также определена ее значимость для современных организаций.*

***Ключевые слова:** корпоративная культура, ценности, модель поведения, сотрудники организации.*

Сегодня, в эпоху всепоглощающей культурной, информационной и пространственной глобализации, для компаний открыты небывалые до сих пор возможности освоения новых рынков, сфер распространения их продукции и услуг, свободных ресурсных баз. То есть, теоретически каждая компания (фирма) обладает огромным потенциалом дальнейшего роста и развития, а на практике это явление уже давно воплощено в феномене многочисленных транснациональных корпораций.

Термин «корпоративная культура» впервые применил в XIX веке немецкий фельдмаршал и военный теоретик Мольтке, он применял его, характеризуя взаимоотношения в офицерской среде. В то время взаимоотношения регулировались не только уставами, судами чести, но и дуэлями: сабельный шрам являлся обязательным атрибутом принадлежности к офицерской «корпорации». Правила поведения, как писанные, так и неписанные, сложились внутри профессиональных сообществ еще в средневековых гильдиях, причем нарушения этих правил

могли приводить к исключению их членов из сообществ. Профессиональные и другие сообщества уже тогда часто имели внешние атрибуты. Обычно они были связаны с покроем и цветом одежды, аксессуарами, тайными символами принадлежности, поведенческими знаками, по которым члены сообществ могли отличать «своих» от «чужих». До сих пор студенты Оксфордского и Кембриджского университетов носят галстуки определенных цветов, а студенты Тартусского университета – особые фуражки [2].

В современных западных компаниях с давней историей классическим атрибутом корпоративной культуры являются, например, доски передовиков труда, почетные грамоты, переходящие знамена. В нашу жизнь само словосочетание «корпоративная культура» вошло совсем недавно, хотя то, что оно обозначает, существует уже давно. Вспомним хотя бы традицию вводить определенную форму одежды для работников различных специальностей, военных, учащихся, пионеров и бойскаутов – все это и есть проявление такой культуры.

Исследования в области культуры организации имеют довольно длительную историю. Профессор Корнелльского университета (США) Харрисон Трайс склонен считать первой попыткой исследования деятельности корпорации в культурном аспекте работу группы американских учёных во главе с Э. Мэйо в начале 30-х годов прошлого века при проведении известного Хоуторнского эксперимента в компании Western Electric в Чикаго. Этот эксперимент проводился в 4 этапа в течение пяти лет (1927–1932 гг.) и имел целью выяснение влияния на производительность труда отобранных для исследования работников компании самых разных факторов. Результаты первых двух этапов поставили вопрос о несостоятельности некоторых посылок «классической» теории менеджмента, и «виноваты» в этом были ранее не оценивавшиеся, «скрытые» психологические и социальные факторы [3].

Представим в таблице ряд наиболее распространенные определения корпоративной культуры различных авторов.

Таблица 1

Подходы к определению понятия «корпоративная культура организации»

Автор	Определение корпоративной культуры с точки зрения автора
А.Я. Кибанов	«Наблюдаемые повторяющиеся модели поведения во взаимоотношениях людей, например, используемый язык, формы проявления уважения, принятые манеры» [3]
Н.И. Кабушкин	«Правила игры, действующие в организации; приемы и навыки, которыми должен овладеть новичок, чтобы быть принятым в члены организации» [5]
G. Нотам	«Нормы, возникшие в рабочей группе, такие как «хорошая работа за хорошую плату» [2]
T. Deal, A. Kennedy	«Ключевые (доминирующие) ценности, поддерживаемые организацией, такие как «качество продукта» или «роль лидерства» [3]
W.G. Ouchi A.M. Jaeger	«Философия, определяющая политику организации в отношении служащих и (или) заказчиков» [1]
R. Tagiuri, G. H. Lihvin	«Ощущение или климат, который создается внутренним пространством организации, а также манера общения членов организации с заказчиками и аутсайдерами» [2]
Карташова Л.В., Никонова Т.В.,	«Неуловимый, не осязаемый, не выражаемый прямо феномен, не требующий доказательств» [3]
S.L. McKay N.H. Hornberger	«Система публично и коллективно принятых понятий, действующих для данной социальной группы в данное время» [4]

Таким образом, корпоративная культура организации обладает двойственным характером: с одной стороны, она формирует систему ценностей; с другой стороны, на ее формирование оказывают влияние цели, нормы, стандарты и правила поведения сотрудников организации.

Корпоративная культура обладает следующими признаками:

1. Всеобщность – так как она пронизывает всю структуру и все виды действий в организации. А также формирует микроклимат в организации;
2. Неформальность – так как результаты ее воздействия невозможно измерить;
3. Устойчивость – традиционность принятых норм и правил. Так как корпоративная культура является продуктом взаимодействия между организацией и коллективом, то ключевым понятием становится «человеческая среда» [2].

В компании должна быть корпоративная культура, и что ее надо развивать – хотя бы потому, что несолидно этим не заниматься: осудят партнеры, сотрудники и бизнес-сообщество.

Позитивная корпоративная культура влияет на мотивацию, а та, в свою очередь – на финансовые показатели компании, руководители компаний нередко догадываются, только дождавшись проблем, которые никаким-даже очень качественным -регулярным менеджментом не исправить.

Таким образом, корпоративная культура представляет собой большую область явлений материальной и духовной жизни коллектива: доминирующие в нем моральные нормы и ценности, принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, традиции, которые формируются с момента образования организации и разделяются большинством ее сотрудников [3].

Список литературы

1. Базаров Т.Ю. Управление персоналом развивающейся организации. – М.: ИПК Госслужбы, 2015.
2. Емельянов Е.Н. Психология бизнеса / Е.Н. Емельянов, Е.Е. Поварницына. – М.: Армада, 2014.
3. Молл Е.Г. Менеджмент: организационное поведение. – М.: Финансы и статистика, 2015.
4. Пугачев В. Руководство персоналом организации. – М.: Аспект-Пресс, 2014.
5. Управление персоналом: современная российская практика. – СПб.: Питер, 2014.