



На правах рукописи

Пичугина Людмила Анатольевна

**РОССИЙСКАЯ КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА:
ГЕНЕЗИС И ИСТОРИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ**

24.00.01 – теория и история культуры

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание учёной степени
кандидата культурологии**

02 ОКТ 2008

Москва 2008

Работа выполнена на кафедре истории культуры Московского государственного университета культуры и искусств

Научный руководитель: **Аронов Аркадий Алексеевич**,
доктор культурологии,
доктор педагогических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Добрынина Валентина Ивановна**,
доктор философских наук, профессор

Зорилова Лариса Сергеевна,
доктор культурологии, профессор

Ведущая организация: **Белгородский
государственный университет**

Защита состоится 20 октября 2008 г в 11 часов на заседании диссертационного совета Д 210 010.04 при Московском государственном университете культуры и искусств по адресу: 141406, Московская обл., г Химки, ул Библиотечная, д 7, корп. 2, зал защиты диссертаций.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Московского государственного университета культуры и искусств

Автореферат разослан «19 сентября» 2008 года

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор философских наук, профессор



И.В. Малыгина

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Культура в современном мире все активнее завоевывает доминирующее положение во всех сферах человеческой жизни и деятельности. Именно она выступает естественной предпосылкой как социальных связей, коммуникативно-информационного общения, так и гармонизации интересов основных сил общества, организаций и общественности. В зависимости от преимущественных функций культуры в том или ином сущностно-деятельностном контексте наблюдают проявление ее различных форм, типов, видов. Так, нам известна культура деловая, управленческая, административная, организационная, корпоративная и т.д. Вполне понятно, что сам культурологический подход при этом несет в себе особую ценность – теоретико-методологическую и практическую, позволяя осмысленно и целенаправленно использовать все богатство культуры, накопленное нацией, государством, обществом и человечеством.

Культурологический подход связан с возможностями культурного осмысления социальной реальности, ведущей к качественным изменениям в организации, гармонизации отношений, переносу акцента на гуманизацию труда, а в результате – к росту производительности труда, прибыли, повышению качества продукции и качества жизни людей в целом. Данные новации были закреплены термином «организационная культура» (Э.А. Капитонов). Полную же картину организационной культуры составляют демократизация управления, ориентированная на отношения, оптимизацию организационного климата, групповую динамику на рабочем месте, мотивирование организационного поведения, стабильность и гармоничность организационного развития.

В процессе перехода от индустриального общества к постиндустриальному формируются новые тенденции в организационно-управленческой и производственно-хозяйственной сферах, ориентирующиеся на качественную сторону изменений в организации, духовно направляемый менеджмент, креативность процесса деятельности, командный потенциал работников, нематериальные ценности мотивации, создание корпораций-сообществ. А все это несет в себе новый оттенок, выражающийся в понятии «**корпоративная культура**». Данное понятие закрепляет в качестве основного философско-управленческого базиса корпоративный дух, пронизывающий жизнь и деятельность всей корпоративной команды. Корпоративный дух,

как отмечают специалисты, выступает своего рода объединяющей силой, сплачивающей организацию вокруг понятной всем общей цели, создающей приверженность персонала, обеспечивающей бизнесу духовную основу и делающей труд более производительным и творческим

Философско-управленческий базис организации совершенно оправданно принято называть корпоративной концепцией, объединяющей внутреннюю культуру и внешнее позиционирование организации, выступающее генератором активизации роста успеха и прибыли в динамичной конкурентной среде. В этих условиях культура успеха становится результатом комплексной культуры организации. Вот чем объясняется то обстоятельство, что управление с помощью корпоративной культуры становится наиважнейшей задачей современных организаций.

Данная позиция представляет собой стержневую научно-теоретическую основу, позволяющую автору выстроить концептуальные положения своего исследования.

Актуальность диссертационного исследования состоит в том, чтобы подойдя системно с позиций культурологического подхода, определить генезис и исторические трансформации российской корпоративной культуры

В этой связи особенно важно предупреждение о том, что культура корпоративных отношений в нашей стране, бесспорно, должна опираться на передовой опыт западных стран, но не копировать его, а создавать свою – российскую – систему ценностей в соответствии с культурным прошлым нашей страны, отечественной ментальностью, православной этикой

Таким образом, в связи с реальными общественными процессами актуальность темы определяется необходимостью исследования российской корпоративной культуры, ее глубинного исторического понимания

Главное противоречие на сегодняшний день состоит в том, что, с одной стороны, корпоративная культура как явление, как феномен является реальностью в российской предпринимательской деятельности, с другой – её осмысление с научно-методологической, культурно-исторической сторон не освещены в должной мере. Представленные выше противоречивые особенности становления и развития в нашей стране корпоративной культуры обусловили научную проблему, её генезис и исторические трансформации

Степень научной разработанности проблемы. У истоков изучения корпоративизма и корпоративной культуры, как считают исследователи философского аспекта корпоративной культуры, стоял М Вебер, объектом интересов которого были основы самоорганизации корпораций.

Его авторству принадлежит и модель «рациональной организации свободного труда», требовавшей от работника строгой дисциплины, точности, ответственности и стабильности. Веберовскую концепцию развили Ф. Тейлор и Л. Файоль, создавшие монополярную модель промышленной организации производства индустриального общества, в которой доминировала жесткая иерархия предписанных ролей и статусов. Человек же при этом рассматривался лишь как функционер.

Исторические корни возникновения корпоративной культуры и коллективное сознание неформальных групп внутри производственной организации освещаются в работах зарубежных ученых Э. Джакса, К. Дэвиса, Д. Кракхарда, Дж. В. Ньюстрона, Д. Хансона.

Содержание методологического аспекта проблемы составляют позиции отечественных исследователей и, прежде всего, русских православных философов, классиков духовной мысли Н.А. Бердяева, С.Н. Булгакова, В.В. Зеньковского, Л.П. Карсавина, Н.О. Лосского, В.С. Соловьева, Г.П. Федотова, П.А. Флоренского, Г.В. Флоровского.

Для глубокого понимания сущности и динамики корпоративной культуры в России использованы фундаментальные труды по истории России и, в том числе, работы А.Н. Боханова, Б.Д. Грекова, В.О. Ключевского, Н.И. Костомарова, С.Ф. Платонова, М.П. Погодина, Б.А. Рыбакова, Р.Г. Скрынникова, С.М. Соловьёва, М.Н. Тихомирова, С.О. Шмидта и др.

Бесспорный интерес представляют и ценностные ориентации современного общества, сформулированные П. Дракером, Р. Инглхартом, А. Тоффлером, а также отечественным ученым В. Ильиным. Так, процессы вытеснения из сознания личности ценностей «экономического характера» («неэкономическими») были рассмотрены П. Дракером. Р. Инглхарт выделил основные характеристики ценностей человека культуры «постмодерна» и сформулировал определение «постэкономической» мотивационной системы. А. Тоффлером же разработано понятие «постэкономической системы ценностей». Противоречие между основными структурными составляющими культуры «постмодерна» выявил Д. Белл.

Знакомство с результатами исследований вышеназванных авторов позволило сделать вывод о том, что, с одной стороны, современное высокотехнологическое, наукоемкое производство ориентировано на рациональность и эффективность, рост производительности труда, который обретает новый культурный смысл как форма творческого самовыражения личности, с другой – на принципиальный уход от ценностей аскетизма и рационализма

Привлекли внимание диссертанта и исследования К Ю Битулиной, А.О Блинова и О.В. Василевской, О. Зуевой, В. Козлова, Р.Л. Кричевского, В.Л. Михельсон-Ткача, А.И. Пригожина, Д.В. Реута, С. Седуна, Е.Н. Скляра, В.А. Спивака, У.А. Чукаевой, посвященные анализу определений корпоративной и организационной культуры.

Что касается концептуальных подходов к выделению структурных элементов и основных характеристик корпоративной культуры, то они представлены в трудах зарубежных исследователей М Альберта и Ф Хедоури, М. Мескона. Работы же отечественных ученых Э.А. Капитонова, Л.В. Каргашовой, Т.В. Никоновой, А.А. Погорадзе, Т.О. Соломанидиной, В.А. Спивака свидетельствуют о том, что распространённый в настоящее время подход к культуре корпораций и ее основным структурным элементам, базирующийся на моделях стран с развитым рынком, не является адекватным российской реальности.

Работы В. Каширина, Н. Моисеева, А. Панарина свидетельствуют о том, что процесс формирования корпоративной культуры находится во взаимосвязи с проблемами развития глобальной культурной среды, творческих, интеллектуальных и нравственных качеств личности и всего человечества

Бесспорным подтверждением актуальности проблемы корпоративной культуры и её новизны является также растущее число диссертационных исследований, посвящённых корпоративной культуре

Из проанализированных автором 26 кандидатских и докторских диссертаций, посвящённых проблемам корпоративной культуры, по философским наукам удалось обнаружить только 3, а по культурологии всего 4 диссертации

Так, кандидатская диссертация по культурологии, выполненная С.В. Кузичевым по теме «Корпоративная культура как социокультурный феномен» (2004), концентрируется на системном подходе к модели корпоративной культуры организации, на внутренней культуре корпорации и на внешнем проявлении корпоративной культуры

Диссертация М.С. Ананьева посвящена личности в корпоративной культуре и защищена в 2005 г.

Интерес представляет и исследование Т.Н. Персиковой «Феномен корпоративной культуры в современной России (составительский анализ корпоративных культур в российских и иностранных организациях)» (2007). Автор глубоко и всесторонне раскрывает корпоративную культуру в национальном и организационном контекстах.

Внимание соискателя также привлекла и кандидатская диссертация по культурологии О.Д. Суворовой «Взаимодействие национальной и корпоративной культур языковой и культурологический аспекты» (2007) И, хотя автор работы разводит в тексте национальную и корпоративную культуры, выявляя сходства и различия национальных культур, представляя понятия этноцентризма и культурного релятивизма, а также подробно останавливаясь на сущности корпоративной культуры, ее типах, многонациональных компаниях и их культурных особенностях, рассматривая взаимодействие национальной и корпоративной культуры, – всё же такая формулировка темы несколько некорректна. Ведь вполне аксиоматична позиция, предполагающая объективное отражение корпоративной культурой сущности значимых элементов национальной культуры.

С учетом темы настоящего исследования большое влияние на научное видение, на методологическую основу работы оказали специальные исследования, касающиеся вопросов интеграции и глобализации.

Анализ существующих научных источников показывает, что в современной отечественной науке отсутствует всесторонне разработанная концепция корпоративной культуры. Что же касается рассмотрения российской корпоративной культуры в контексте ее генезиса и исторической трансформации, то уже приведенные научные источники по анализируемой проблематике свидетельствуют об отсутствии на сегодняшний день специальных работ, что и обусловило выбор темы исследования.

Объект исследования: российская корпоративная культура как социокультурный феномен.

Предмет исследования: тенденции развития российской корпоративной культуры с момента зарождения до настоящего времени.

Цель исследования: раскрытие феномена российской корпоративной культуры с позиции системного подхода как целостного, органического явления.

Задачи исследования вытекают из поставленной цели:

1) выявить сущностно значимые понятия корпоративной и организационной культуры, проследить взаимосвязь между ними;

2) проследить генезис российского предпринимательства как историко-культурную предпосылку современной российской корпоративной культуры;

3) представить модель корпоративной культуры;

4) рассмотреть некоторые пути управления персоналом как исторические трансформации российской корпоративной культуры в условиях глобализации и интеграции, опираясь на опыт работы компании Интеллект-Сервис

Теоретико-методологические основы исследования. Методологической основой настоящего исследования явились определяющие установки эволюционизма, позволившие раскрыть сущностные характеристики корпоративной культуры в контексте ее генезиса и исторических трансформаций. Диссертационное исследование выполнено в предметно-методологических границах исторической культурологии, социокультурологии и этнокультурологии (в терминологии А. Я. Флнера).

Теоретической основой диссертации выступили концепции различных смежных гуманитарных наук – философии, культурологии, социологии, психологии, менеджмента, маркетинга, концепции предпринимательской деятельности, теории управления, концепции корпоративной культуры

Методы исследования. В диссертационном исследовании задействованы методологические принципы системного, эволюционного подходов, в рамках которых применялись аналитический, структурный, функциональный, генетический, типологический, сравнительно-исторический и др. конкретно-научные методы, а также конструктивно-типологический анализ, методы соотношения общего и частного, исторического и логического

Научная новизна и теоретическая значимость результатов исследования заключаются в том, что

- уточнены сущностно значимые понятия корпоративной и организационной культуры, взаимосвязь между ними, что позволило исследовать данное явление в непосредственной связи с процессами эволюции культуры организации, управления, трудовых отношений в рамках индустриального и постиндустриального общества, а также теоретическое понимание корпоративной культуры;

- прослежен генезис российского предпринимательства как историко-культурной предпосылки современной российской корпоративной культуры, что позволило систематизировать основные этапы развития российского предпринимательства, выявив характерные особенности каждого;

- представлены оптимальные варианты моделей корпоративной культуры отечественных и зарубежных ученых. Обобщены основные признаки интеграции и глобализации российской корпоративной культуры, показано, что процессы интеграции и глобализации оказывают позитивное влияние на формирование корпоративной культуры современного общества, что проблемы развития человеческого капитала современной корпорации становятся основными задачами корпоративной культуры;

- рассмотрены некоторые пути управления персоналом как исторические трансформации российской корпоративной культуры в условиях глобализации и интеграции. Впервые представлен в диссертационном исследовании опыт работы компании Интеллект-Сервис

Практическая значимость исследования

Практическая, как и теоретическая значимость исследования, определяется тем, что содержащиеся в диссертации положения и выводы могут расширить представление о месте и роли корпоративной культуры в трансформирующемся обществе. Теоретические обобщения и практические выводы исследования могут быть использованы философами, культурологами, политологами, экономистами, специалистами других областей обществоведения в целях дальнейшей разработки и уточнения теоретических вопросов, связанных с концепцией корпоративной культуры и последующим углубленным анализом специфики и значимости развития корпоративной культуры в российском обществе, а также в преподавании философских, социально-политических, культурологических и экономических дисциплин в высших учебных заведениях.

Представляется целесообразным использование основных материалов и выводов диссертации в развитии практики взаимоотношений между субъектами общества; в анализе форм воздействия процессов интеграции и глобализации на общество, в разработке образовательной политики с ориентацией на общественно-значимые ценности, в анализе конкретной социокультурной ситуации в стране, в создании индивидуальных программ формирования и развития корпоративной культуры предприятий РФ

Более того, выводы, теоретические положения и результаты исследования могут быть применены в разработке учебных и учебно-методических материалов по дисциплинам, относящимся к теории и истории культуры, культурологии, а также при разработке методических пособий, рекомендаций в учебном процессе школ, средних специальных учреждений и вузов при изучении отечественной культуры, отечественного предпринимательства и развития корпоративной культуры.

Некоторые положения работы будут интересны руководителям и специалистам в области управления персоналом, а также работникам сферы дополнительного профессионального образования

Этапы и базы исследования

Автор настоящей работы, являясь директором по маркетингу компании Интеллект-Сервис (компания основана в 1990 г.), в 2002 году приступил к научному исследованию, посвящённому российской корпоративной культуре. Данный период был характерен переходом компании к партнерству с компанией «Майкрософт». Работа осуществлялась по системе «Navision». В течение нескольких лет изучалась специальная литература, диссертационные исследования, осуществлялось знакомство с опытом работы отечественных и зарубежных компаний.

С 2003 по 2008 гг. было налажено партнерство с крупнейшей международной компанией Reynolds&Reynolds (Германия, Австрия, Франция, Италия). В это время нарабатывался опыт сотрудничества с крупными компаниями, автор диссертации углублял, расширял возможности корпоративной культуры своей компании, искал, апробировал наиболее оптимальные формы и методы работы с персоналом. На данном этапе обработанный и научно обоснованный исследовательский материал был оформлен в монографию.

Появилась возможность осуществления солидной презентации своей фирмы и результатов исследования. В 2008 г. весь собранный соискателем материал был систематизирован в форме статей, текста диссертации и представлен на обсуждение кафедры истории культуры МГУКИ.

Основные положения, выносимые на защиту:

1 Корпоративная культура представляет собой сложное многогранное социокультурное явление, основанное на общечеловеческих ценностях профессионализма, самовыражения и саморазвития, творчества, соучастия личности в деятельности современной корпорации

и общества, определяющее смысл существования корпорации, ее отношение к сотрудникам и обществу

2 Исследователи феномена российской корпоративной культуры правомерно и закономерно должны связывать ее принципиальные особенности с самой историей, генезисом предпринимательства на Руси – в России

История российского предпринимательства естественно и очевидно связана с историей Руси – России, все сущностно значимые процессы и события отечественной истории прямо или косвенно отражались на российских предпринимателях и российском предпринимательстве, в особенности – на переломных этапах истории Руси – России

3. Системный подход открывает возможность многоаспектного осмысления изучаемого предмета

Модель-система представляет собой содержание, вбирающее в себя набор отдельных элементов, образующих культурную конфигурацию, отражающую не только общий стиль, атмосферу организации, но и её адаптивность, стабильность. В качестве стержневых, системообразующих элементов корпоративной культуры авторской модели выступают следующие:

- *цели и задачи*
- *управление персоналом,*
- *привлечение кадров в компанию,*
- *корпоративный имидж и репутация,*
- *культура трудового процесса,*
- *корпоративная этика*
- *культура качества*

Нетрудно заметить, что перечисленные элементы корпоративной культуры соотносятся между собой не по принципу тезаурусности, а по принципу «дополнительности» к гибкой форме их взаимодействия

4. Некоторые пути управления персоналом как исторические трансформации российской корпоративной культуры рассматриваются в условиях глобализации и интеграции.

Пути управления персоналом организации в контексте интеграции и глобализации, эффективность выбора методов и форм взаимодействия с сотрудниками, предоставление оптимальных возможностей для карьерного роста каждому по праву выступают гарантом высокого уровня корпоративной культуры.

Достоверность результатов диссертационного исследования обеспечена применением совокупности методов, адекватных поставленной в научной работе проблеме, системным и комплексным подходом к анализу предмета исследования, научной доказательностью и объективностью фактологического материала, представленного в работе.

В качестве подтверждения репрезентативности результатов, полученных автором, можно рассматривать публикацию монографии «Российская корпоративная культура: генезис и исторические трансформации» (112 с).

Фактором достоверности выступает и личное участие автора в процессе исследования феномена корпоративной культуры в качестве одного из руководителей компании, чей опыт находит отражение в диссертации, – компании Интеллект-Сервис.

Апробация результатов исследования

Основные положения и выводы диссертационного исследования были представлены:

- в выступлениях автора на экономических форумах в Кремле в 2002 г.;
- в выступлениях на съездах бухгалтеров России в 2002–2003 гг.;
- в выступлениях на семинарах, организованных Министерством по налогам и сборам и журналами «Российский налоговый курьер» и «Бухгалтерский учет» (2002);
- в выступлениях на мероприятиях, организованных Институтом профессиональных бухгалтеров России

Выступления были посвящены презентации компании Интеллект-Сервис, ее целям, задачам, деятельности фирмы в области внедрения инноваций в корпоративную культуру для обеспечения оптимальных результатов работы сотрудников и развития бизнеса клиентов

Апробация имела место и в следующих выступлениях автора диссертации как одного из руководителей фирмы Интеллект-Сервис.

- в выступлениях на международных конференциях партнеров в Зальцбурге (Австрия, 2004) и в Афинах (Греция, 2005), организованных компанией Reynolds&Reynolds;
- в выступлении на конференции компании Microsoft в Иордании (2007)
- в выступлениях 2004–2007 гг. на конференциях «Автомобильный форум России», организованных газетой «Ведомости»,

- в выступлениях 2005–2007 гг. на конференциях «Автобизнес. завтрашний день», организованных международной компанией ON CONFERENCE;

- в выступлениях 2006–2007 гг. на 5 заседаниях клуба директоров автомобильной отрасли «Автобосс» с докладом по вопросам корпоративной культуры на предприятиях автомобильной отрасли (по многим из перечисленных позиций, существенно важных в системе корпоративной культуры, компания Интеллект-Сервис и сам соискатель были отмечены престижными поощрениями);

- в выступлениях 2008 года перед преподавателями и студентами Государственного университета – Высшей школы экономики по вопросам использования автоматизированных систем управления для решения проблем корпоративной культуры.

- в выступлении на научно-методической конференции МГУКИ по проблеме развития познавательной активности и самостоятельности студентов в образовательном процессе в декабре 2006 г. Тема выступления. «Профессиональное обучение – важная составляющая корпоративной культуры»

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на заседании кафедры истории культуры Московского государственного университета культуры и искусств; прошла предварительную экспертизу и принята к защите диссертационным советом Д 210 010 04 при Московском государственном университете культуры и искусств.

Структура диссертации определяется логикой исследования и включает введение, две главы, заключение, список литературы и приложения

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении научно обосновывается актуальность темы исследования, анализируется степень разработанности проблемы, определяются объект, предмет, цель, задачи, теоретико-методологические основы, методы исследования, научная новизна, теоретическая и практическая значимость, положения, выносимые на защиту, даются сведения об апробации и достоверности результатов исследования, характеризуется структура диссертации.

В первой главе диссертации «Генезис российского предпринимательства как историко-культурная предпосылка современной российской корпоративной культуры» анализируются концептуальные подходы к проблеме российской корпоративной культуры в контексте генезиса и исторических трансформаций

В параграфе 1.1. – «Сущностные понятия корпоративной и организационной культуры» – осуществляется анализ идей, представлений и концепций научно-философской интерпретации таких понятий, как «культура», «корпорация», «корпоративная культура».

Вполне понятно, что рассмотрение любого аспекта, связанного с понятием «корпоративная культура», его научное обоснование предполагает, прежде всего, раскрытие самого ключевого слова – «культура».

Существует большое количество определений этого феномена, связанных не только с различными позициями исследователей, мировоззрением различных социальных групп и различий культур, но и с тем, что сам термин «культура» служит предметом изучения различных наук, рассматривающих её неоднозначно. Объясняется это, в первую очередь, объективной многогранностью, многозначностью «культуры», а также спецификой ее применения

Анализируя разного рода определения «культуры», легко убедиться в том, что наличие этих многочисленных разнообразных определений свидетельствует не о бессилии науки, а об известной непостижимости культуры, ее «души», как отмечал О. Шпенглер

Понятие «культура» в современных гуманитарных науках относится к числу фундаментальных. Среди огромного количества научных категорий и терминов трудно найти другое понятие, которое имело бы такое множество смысловых оттенков и использовалось бы в столь различных контекстах

Слово «корпорация» (лат. corporatio – объединение, сообщество) толкуется как «союз». Современная корпорация выступила как субъ-

ект социальной деятельности, представив собой особую форму социальной организации современного общества.

Сущностной чертой современной корпорации выступают партнерские отношения на уровне взаимодействия интересов двух сторон – управляющих и управляемых: корпорация должна обогащать тех, кто с ней связан, а работающие в ней – получать удовлетворение от своего дела. В процессе становления, развития и функционирования корпорации формируется специфическая ценностно-нормативная система, соответствующая корпоративным целям, учитывающая важные для ее сотрудников организационные и корпоративные ценности (О А Капитонов и А Э Капитонов)

Подойти к пониманию сущности «корпоративной культуры», определить теоретическую основу своего исследования автору во многом помогла концепция известного исследователя по проблеме корпоративной культуры В А Спивака. Известный ученый видит в культуре корпорации очень сложное, многослойное, динамичное явление, включающее в себя систему материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющееся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды. Кроме определения корпоративной культуры внимание автора привлекли в научной позиции В А Спивака и **принципы**, на которые следует опираться, знакомясь и оценивая состояние корпоративной культуры: **научность** – использование достижений научных дисциплин, имеющих своим объектом человека, социальные общности, организации, труд; **системность** в восприятии объектов исследования и управления, а также факторов, влияющих на поведение объектов и элементы их культуры; **гуманизм**, основывающийся на признании личности наивысшей ценностью; **представление корпорации как части общества**, как коллективного члена сообщества; **профессионализм**, предполагающий у исследователя и управленца наличие адекватного образования, опыта и контекстуальных навыков, позволяющих эффективно управлять корпоративной культурой

Разделяя полностью авторитетную позицию ученого и признавая его приоритет, автор диссертации определяет данную концепцию в качестве теоретической основы своего исследования и по многим позициям следует ей

Параграф 1.2. – «Основные этапы развития российского предпринимательства» – посвящен генезису российского предпринимательства

История российского предпринимательства естественно и очевидно связана с историей Руси-России, все сущностно значимые процессы и события отечественной истории прямо или косвенно отражались на российских предпринимателях и российском предпринимательстве, в особенности, на переломных этапах истории Руси-России. А таких переломных этапов было немало: раздробленность Руси в XII–XIV вв., татаро-монгольское иго, русское Предвозрождение (XIV–XV вв.), Смутное время, петровские преобразования в первой четверти XVIII в., время бироновщины, время расцвета русского дворянства при Екатерине II; буржуазные реформы 60–70-х гг. XIX в.; революционная ломка системы общественно-экономических отношений после Октября 1917 года, период тоталитаризма в СССР (30–50-е гг.); оттепель 50–60-х гг. XX в., распад СССР и стремительная обвальная ломка всей системы общественно-экономических отношений, сложившихся при социализме.

Являясь органической частью истории Руси-России, отечественное предпринимательство естественно преломляло принципиальные особенности ментальности отечественной культуры: органическую связь с православием, с язычеством, народность отечественной культуры, ее милосердный характер и пр. Абсолютное большинство знаменитых купеческих династий дореволюционной России – это исконно православные люди, сохранившие черты культуры языческой (вера в приметы, обереги, талисманы и т.д.), милосердные люди, сочетавшие предпринимательскую деятельность с масштабной меценатской, благотворительной деятельностью. История большинства российских купеческих династий неразрывно связана с традиционной русской народной культурой, к которой купечество отнеслось с уважением, почтением и интересом. В этой связи достаточно вспомнить знаменитый роман И.С. Шмелёва «Лето господне», правдивую книгу-хронику П.А. Бурлыкина «Москва купеческая», ставшую популярной и знаменитой книгу «короля репортеров» Москвы В.А. Гиляровского «Москва и москвичи», заслуживающую внимания работу доктора исторических наук, профессора Н.Г. Думовой «Московские меценаты». Знакомство с жизнью и бытом многих известных российских дореволюционных предпринимателей (А.А. Бахрушина, С.И. Мамонтова, С.Т. Морозова, В.П. Рябушинского, К.Т. Солдатёнок, П.М. Третья-

кова, А.И. Хлудова и др.) в полной мере убеждает в том, что они сфокусировали в себе русский дух, были самыми настоящими экологами, ревнителями русской культуры.

Рассматривая аспекты, связанные с историей предпринимательства в России, автор подтверждает мысль о том, что только анализ исторической судьбы позволяет понять и «“коллективное бессознательное”, и архетипы культуры, и менталитет, и национальный характер» (И.В. Колесникова).

Обращение к историческому прошлому – не только ключ к пониманию современных событий, не в меньшей мере такой ретроспективный анализ помогает выявить тенденции будущего состояния общества, промодулировать ближайшие перспективы, дать реальные социальные прогнозы, которые особенно необходимы для стран, кардинально меняющих свои системы приоритетных ценностей, весь образ жизни, формы и типы общения.

Глава вторая – «Современные тенденции динамики российской корпоративной культуры» – посвящена пониманию системной модели корпоративной культуры, выборам параметров корпоративной культуры, а также путям управления персоналом в условиях интеграции и глобализации.

Параграф 2.1. – «Модель корпоративной культуры». Как разные нации имеют свою культуру, так и организации в течение ряда лет обретают свой собственный фирменный стиль, свое «лицо». Каждая организация обладает своей специфической культурой оригинальным симбиозом отношений, привычек, ритуалов, традиций, присущих только ей. Некоторые руководители хорошо осознают это и рассматривают культуру как мощный стратегический инструмент, позволяющий сплачивать коллективы всех подразделений на решение общих задач, достижение общих целей, мобилизовать инициативу сотрудников и облегчать общение внутри коллектива.

Культура не существует сама по себе, ее невозможно рассматривать как независимое явление или объект. Культура человека проявляется и во внешнем виде, и в высказываниях, и в поведении, и в поступках. «Культура организации, или корпоративная культура, также проявляется во всех видах деятельности и отношениях этой организации. Ею нельзя заниматься отдельно – отдельно она просто не существует» (Ю.А. Шилкина). Все это наводит на мысль, что существуют различные модели корпоративной культуры.

Автору диссертации импонирует точка зрения Э.А. Капитонова на проблему моделирования корпоративной культуры. Она заключается в том, чтобы «представить ее (корпоративную культуру) такую, какова она есть на самом деле или какой она представляется исследователю для объяснения другим людям». Именно в таком виде она и выступает как средство, инструмент, при помощи которого «открывается возможность охватить и оценить культурно-корпоративную практику, управлять функционированием корпоративной культуры».

Как видим, Э.А. Капитонов вплотную подошёл к пониманию так называемой системной модели корпоративной культуры и даже представил набор выбора параметра корпоративной культуры.

Оттолкнувшись от перечисленных научно-теоретических позиций известного учёного, автор диссертации предлагает свой вариант модели, вбирающей в себя набор отдельных элементов, образующих культурную конфигурацию, огражающую не только общий стиль, атмосферу организации, но и ее адаптивность, стабильность. В качестве стержневых, ведущих элементов модели корпоративной культуры диссертация предлагает следующие

* **Целеполагание.** Имея достаточный опыт в бизнесе, наработав позитивную методiku использования инновационных технологий, автор твердо убежден, что вся деятельность должна быть системной, обязательно должна иметь цель, задачи, план, сроки выполнения, ответственных. Кроме того, необходимо отслеживать потребности клиентов, осознавать их мотивацию. Именно поэтому клиентам предлагаются современные решения управления бизнесом и консалтинг организациям, стремящимся реализовать свой потенциал с помощью новейших информационных и управленческих форм, средств и методов. Исходя из потребности клиентов, им предлагается качественное, современное, квалифицированное решение проблем, индивидуальный подход.

Совершенствуя корпоративную культуру компании и развивая свой персонал на принципах системности и целеполагания, руководство фирмы решает не только проблему обеспечения клиентов лучшим консалтингом в отрасли для получения возможности постоянного развития своего бизнеса, но и для достижения высокой прибыли, обеспечения сотрудников достойной зарплатой.

* **Управление персоналом** направлено на формирование коллектива единомышленников, постоянное развитие, профессиональное обучение сотрудников. (Планирование карьерного роста, прозрач-

ность модели премирования. В результате – высокий мотивационно-оптимистичный настрой, креативное отношение, работа с полной отдачей.)

* **Привлечение кадров в компанию.** Компания Интеллект-Сервис работает в сфере высоких технологий. Главной проблемой рынка сегодняшнего дня является недостаток высококвалифицированных кадров. Привлечение кадров в компанию идет по нескольким направлениям

- Размещение вакансий и поиск резюме на популярных сайтах www.hh.ru, www.job.ru, www.rabota.ru

- Второе направление условно обозначено как «перекупка специалистов из других компаний, занимающихся аналогичным бизнесом»

- Третье направление – подготовка специалистов собственными силами.

* **Корпоративный имидж и репутация.** Формирование положительного имиджа компании осуществляется, в первую очередь, с помощью СМИ, а также в публичных выступлениях на конференциях, семинарах, круглых столах и т.д., как внутри страны, так и за ее пределами.

* **Культура трудового процесса** проявляется, прежде всего, во взаимоотношениях, взаимопомощи между сотрудниками, в обучении новичков; в изучении нового и знакомстве с положительным опытом работы путем проведения внутренних тренингов. С этой же целью в фирме заведена папка «Знание-Сила» с описанием документированных действий в помощь испытывающим затруднение

* **Корпоративная этика** осуществляется традиционно, как и во всех организациях. Отличие определяется лишь спецификой деятельности фирмы, личностным потенциалом персонала и администрации, а также учетом традиций, накопленных за годы существования фирмы. Особый акцент делается на своде правил общения сотрудников как друг с другом, так и с клиентами, партнерами, внешними организациями: ответы по телефону, устное общение, общение по электронной почте; уважение к клиенту, соблюдение требований к внешнему виду, одежде и т.д.

* **Культура качества.** Управление качеством осуществляется в соответствии с Уставом проекта фирмы (См. Приложение к диссертации 4). Выработаны схемы по управлению качеством работы, как в ходе проекта, так и по его завершении. Ведётся сайт проекта. В компании действует служба поддержки. Для удаленных клиентов работа-

ет сайт поддержки. Действуют строгие инструкции по срокам ответов на вопросы, доработкам и исправлению ошибок. В Приложении 5 представлена методика оценки проведения обучения по модулю «Маркетинг». Точная же стоимость и конкретные сроки выполнения работ представлены в Приложении 6.

Кроме названных элементов модели корпоративной культуры фирмы имеет место еще один компонент, не выделяемый руководством особо. Он выступает как ключевой, стержневой, пронизывающий всю модель-систему. Это – здоровый психологический микроклимат.

В корпорации культивируется уважительное отношение к специалистам. Коллективные горжественные мероприятия организуются таким образом, что создается ситуация для корпоративно-креативного развития коллектива. Так, обязательным является активное участие каждого в самой организации отдыха. Периодически проводятся разного рода конкурсы. Вполне понятно, что все это сплачивает коллектив, придает корпорации корпоративный дух, «работает» на развитие корпоративной культуры.

Цементирующим педагогическим фактором модели выступает формирование патриотизма.

Автор диссертации убежден, что, решая конкретные задачи фирмы, руководство корпорации объективно решает задачи гражданского патриотического характера, и чем значительнее успехи фирмы, тем значительнее авторитет России в глазах западных партнеров.

Параграф 2.2. – «Пути управления персоналом в условиях интеграции и глобализации».

Раскрытие содержания управления персоналом организации осуществляется на основе учета требований одного из важнейших принципов развития современной корпоративной культуры – интеграции и глобализации.

Интеграция. Внешне комплексное, модное понятие, предполагающее «восстановление», «восполнение», «понятие, означающее состояние связанности отдельных дифференцированных частей и функций системы, организма в целое», «процесс сближения и связи наук». Наиболее полным, аргументированным определением интеграции в культурологии является определение, предложенное А.И. Кравченко: «Под культурной интеграцией подразумевается такая взаимосвязь различных частей или элементов культуры, когда эти элементы объединяются в некую целостность. Интеграция или един-

ство культуры создаётся благодаря близости или сходству основных элементов культуры и различию неосновных, неглавных элементов» Обратим внимание на вторую составляющую комментария «интеграции», где «различие неосновных, неглавных элементов». Это новые оттенки в трактовке интеграции культуры

Интересна интерпретация понятия интеграции, применительно к становлению этнокультурных систем современного российского исследователя А.Я. Флиера. Так, анализируя процессы интеграции культурных новаций в практику социального бытия народов, ученый рассматривает инновацию как важнейшую форму самоорганизации социокультурных систем. Он считает, что модернизация включает в себя во-первых, становление и воспроизводство новых культурных форм, во-вторых, процесс становления новых жизнеспособных социокультурных систем и, в-третьих, становление и формирование системных совокупностей локальных культурных форм, характеризующих в первую очередь этносы и нации.

«Процесс модернизации касается создания (в современных условиях нередко и заимствования) новых артефактов культуры, их последующего воспроизводства в обществе, на основе чего возникают новые сферы деятельности социума, а вместе с ними изменяется и вся социальная структура» Представленная концептуальная позиция известного учёного столь важна для понимания сущности корпоративной культуры, что по праву может представлять собой ее методологическую основу.

Знакомство со специальными исследованиями подводит нас к выводу о том, что большинство современных ученых понимают интеграцию как слияние или поглощение двух компаний, (или бизнес-структур) двух корпоративных культур.

Опыт компании Интеллект-Сервис, позиция соискателя позволяют определить интеграцию как сотрудничество компаний на взаимовыгодных условиях.

Что же касается трактовки понятия глобализации, то особый интерес представляет оригинальный подход С.В. Залесского. В его диссертации обнаруживается следующая мысль, по праву подчеркивающую актуальность настоящего исследования. «Происходящая глубинная реструктуризация мира получила название глобализации. Никогда прежде не было столь острого ощущения общности проблем, тесной взаимосвязанности и взаимозависимости индивидов, народов, стран, континентов, цивилизаций. Мир, все еще оставаясь раздроб-

ленным политически и культурно, в своих сущностных основаниях стал восприниматься как единый, целостный, глобальный».

И действительно, глобализация – создание максимально емкого общего территориально-экономического и культурного пространства, которое сопровождается возрастанием взаимозависимости всех стран мира. И правы учёные, заявляя о том, что данный процесс ведёт к фактически единой мировой социоэкономической системе хозяйствования в современном мире.

В рамках глобализационных условий можно привести пример сотрудничества фирмы Интеллект-Сервис с международной корпорацией Microsoft – основным поставщиком программного обеспечения для персональных компьютеров. Данное сотрудничество осуществляется на партнёрских условиях. По итогам 2007 года Майкрософт присвоил компании Интеллект-Сервис статус «Золотого партнера». Одной из главных задач партнерства является предоставление компании Интеллект-Сервис современных западных технологий, разработка на их основе отраслевых решений и, как следствие, повышение уровня корпоративной культуры, прибыльности компании.

Автор исследования приходит к логическому выводу о том, что пути управления персоналом организации, эффективность выбора методов и форм взаимодействия с сотрудниками, предоставление оптимальных возможностей для карьерного роста каждому по праву выступают гарантом высокого уровня корпоративной культуры.

В заключении подводятся основные итоги работы, формулируется ряд выводов и рекомендаций, которые могут способствовать осмыслению сущности российской корпоративной культуры в контексте генезиса и исторических трансформаций.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

1. *Пичугина Л.А.* Генезис российского предпринимательства как историко-культурная предпосылка современной российской корпоративной культуры // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2008. № 2. С. 87–90.

2. *Пичугина Л.А.* Модель современной корпоративной культуры // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2008. № 3. С. 240–243.

3 *Пичугина Л.А.* Интерпретация понятия «корпоративная культура» в современной российской науке // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2008. № 4. С. 181–185.

4. *Пичугина Л.А.* Профессиональное обучение – важная составляющая корпоративной культуры // Развитие познавательной активности и самостоятельности студентов в образовательном процессе: Сборник материалов научно-методической конференции М.: МГУ-КИ, 2006 С 100–108

5 *Пичугина Л.А.* Российская корпоративная культура. генезис и исторические трансформации. Монография. М · Экон-Информ, 2008 112 с.

Подписано в печать 02 09.2008
Объем 1,5 п.л. Тираж 100 экз.
Заказ № 14 . Ротапринт МГУКИ