



на правах рукописи

Федорова Анастасия Александровна

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Специальность 08.00.05 (1) - Экономика и управление
народным хозяйством (теория управления экономическими
системами)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата экономических наук

Москва - 2005

Работа выполнена на кафедре теории и технологий управления факультета государственного управления Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

- Научный руководитель - кандидат философских наук, доцент
Борисов В.К.
- Официальные оппоненты - доктор экономических наук, профессор
Жильцов Е.Н.
кандидат экономических наук, доцент
Пророков А.Н.
- Ведущая организация - Всероссийская государственная
налоговая академия Министерства РФ
по налогам и сборам

Защита состоится "18" мая 2005 г. в 14⁰⁰ час.
на заседании диссертационного совета Д 501.001.12 в Московском
государственном университете им. М.В. Ломоносова по адресу: 119992,
Москва, ГСП-2, Ленинские горы, МГУ, 1-й корпус гуманитарных факультетов,
факультет государственного управления, аудитория 450.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке 1-ого корпуса гуманитарных факультетов.

Автореферат разослан "14" апреля 2005 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Д 501.001.12

профессор Ф.М. Волков

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования.

Наступление постиндустриальной стадии развития общества обуславливает необходимость разработки качественно иных подходов к пониманию роли ресурсов нематериального характера в современной экономике. Степень влияния интеллектуальных факторов на эффективность функционирования отдельных экономических субъектов и экономический рост в целом неуклонно возрастает. Традиционные корпорации, успех деятельности которых определяется преимущественно эффективным использованием материальных и финансовых ресурсов, постепенно вытесняются корпорациями нового типа, для которых характерно осознание ведущей роли и вовлечение в хозяйственный оборот ресурсов, имеющих нематериальную природу. В условиях динамичной внешней среды и стремительного развития высоких технологий конкурентоспособность экономических субъектов во многом является результатом создания уникальных конкурентных преимуществ, приобретенных вследствие использования интеллектуальных активов.

Большинство западных компаний, осознав вышеназванные тенденции, уже длительное время формируют системы эффективного управления интеллектуальными активами, составляющими основу их интеллектуального капитала. Пассивная позиция отечественных предприятий в вопросе целенаправленного вовлечения нематериальных ресурсов в свою хозяйственную деятельность является следствием отсутствия комплексной системы создания, рационального использования и управления нематериальными объектами в общей системе управления корпорацией. Поэтому в настоящее время остро встает вопрос о необходимости разработки специальных управленческих инструментов и методов с целью формирования действенных организационных механизмов эффективного управления нематериальными ресурсами.

Корпоративная культура представляет собой один из важнейших нематериальных ресурсов, способных существенно воздействовать на результативность функционирования корпорации. В обстановке быстро изменяющейся внешней и внутренней корпоративной среды обращение к культурному потенциалу способно обеспечить экономической системе достижение большей устойчивости, инновационной восприимчивости, способности к постоянному развитию. Корпоративная культура, представляя собой систему наиболее общих и стабильных ценностей, представлений, целей, принципов и правил поведения, разделяемых в корпорации, способствует более эффективной адаптации организации к внешней среде, налаживанию устойчивых и благоприятных внешних связей, а также служит действенным механизмом интеграции внутренних корпоративных процессов. Умелое управление корпоративным культурным потенциалом имеет все шансы превратить его в уникальное конкурентное преимущество фирмы и, тем самым, усилить ее конкурентные позиции на рынке.

Тем не менее, исследования корпоративной культуры, широко представленные в отечественной литературе, несмотря на их глубину, на наш взгляд, основываются на понимании культуры преимущественно как второстепенного, побочного фактора экономической деятельности корпорации, а не как специфического корпоративного актива, составляющего основу для формирования уникальных конкурентных преимуществ экономического субъекта и способного, в конечном итоге, участвовать в создании стоимости компании. Поэтому проблема управления корпоративной культурой как важнейшим нематериальным ресурсом экономических систем требует более глубокого теоретического осмысления и методологической формализации.

Вышеперечисленные обстоятельства послужили основанием для выбора темы диссертационной работы, которая актуальна с научной и практической точки зрения.

Степень разработанности проблемы. Проблема влияния нематериальных ресурсов на экономику изучалась в работах большого количества ученых. В рамках теории человеческого капитала (Г. Беккер, Т. Шульц, Я. Минцер) исследовались вопросы влияния знаний и умений работников на процесс производства. Новые теории роста, связанные с именами П. Ромера и Р. Лукаса, рассматривали научно-технический процесс как внутренний фактор экономического роста. Влияние прогресса знаний на экономический рост исследуются в трудах К. Свейби, Т. Ллойда, П. Салливана, Д. Тиса, Л. Прусака, П. Друкера и др. Работы таких зарубежных и отечественных исследователей как Й. Шумпетер, Э. Брукинг, Ю.П. Анискин, С.В. Валдайцев, Н.К. Моисеева и др. внесли значительный вклад в совершенствование управления научно-техническим, интеллектуальным потенциалом экономических субъектов. Среди отечественных работ, вышедших в последнее время и посвященных исследованию различных аспектов проблемы интеллектуальных ресурсов, можно выделить работы С.М. Климова, С.А. Кузубова, И.О. Старковой, Н.В. Федоровой, Е.И. Марковской, Л.И. Лукичевой и др.

Проблема корпоративной культуры является объектом более длительного теоретического осмысления. Разработка проблемы культуры организации связана с именами М. Кубра, П. Харриса, Т. Петерса, Р. Ватермана, А. Петтигру, Р. Квина, Дж. Рорбаха, Г. Шварца, С. Дэвиса, Г. Хофстеде, Дж. Моргана, Э. Шейна, Л. Смирнич, Дж. Мартина, М. Лоуиса и др. В последние годы проблематика корпоративной культуры завоевала пристальное внимание и отечественных ученых. Те или иные аспекты культуры организации исследуются в работах В.А. Спивака, О.С. Виханского, А.И. Наумова, Э.А. Капитонова, С.В. Щербины, С.Г. Заржевского, О.С. Причиной, Т.Н. Персиковой и др.

Тем не менее, анализ научной литературы позволяет утверждать, что в настоящее время не существует комплексных исследований, объединяющих под единой проблематикой корпоративную культуру и нематериальные

ресурсы, используемые в деятельности современных экономических субъектов. Изучение корпоративной культуры именно как интеллектуального актива современного предприятия лишь частично имеет место в работах, посвященных исследованию общей совокупности интеллектуальных активов организации. Все это позволяет утверждать, что рассматриваемая в данной диссертационной работе проблема является практически неизученной, что, в свою очередь, предоставляет обширное поле деятельности для ее дальнейшего исследования.

Цель и задачи диссертационного исследования. Целью исследования является анализ корпоративной культуры как объекта комплексного управления организацией.

Достижение указанной цели предусматривает решение следующих задач:

1. Анализ постиндустриального общества как среды формирования корпоративной культуры.
2. Комплексное рассмотрение нематериальных ресурсов, подходов к их исследованию, определение их роли в процессе экономической деятельности корпорации.
3. Исследование понятия "корпоративная культура", определение места корпоративной культуры в системе экономических ресурсов современной корпорации.
4. Определение воздействия корпоративной культуры на важнейшие механизмы функционирования экономической системы.
5. Формулирование направлений совершенствования культуры корпорации; разработка методологических подходов к управлению корпоративной культурой в общей системе внутрифирменного управления.
6. Систематизация и анализ подходов к оценке корпоративной культуры.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования в диссертации является система управления современной корпорацией. Предметом исследования выступает корпоративная культура как объект такого комплексного управления организацией.

Теоретическая и методологическая основа исследования.

Теоретическую и методологическую базу исследования составили положения и выводы, содержащиеся в классических и современных трудах отечественных и зарубежных ученых, занимающихся проблемой корпоративной культуры и вопросами изучения интеллектуальных ресурсов в экономике.

Методологической основой данной работы также служат положения, общенаучные и специальные приемы, составляющие инструментарий экономической науки. Используются диалектические принципы исследования, позволяющие выявить существенные характеристики изучаемых явлений и процессов, определить причины и тенденции их развития, выявить формы их проявления в экономическом пространстве. В ходе исследования применяются такие научные методы, как анализ и синтез, индукция и дедукция, методы системного анализа, методы сравнений и аналогий, экспертных оценок и т.п., что позволяет обеспечить достоверность анализа и обоснованность выводов.

Основные положения, выносимые на защиту.

1. В условиях наступления постиндустриальной стадии развития общества и сопровождающего ее процесса интеллектуализации экономики, культура организации из побочного вспомогательного фактора функционирования экономического субъекта превращается в его важнейший нематериальный ресурс, во все большей степени определяющий результативность и эффективность деятельности корпорации. "Новая экономика" и позитивный корпоративизм выступают предпосылками формирования корпоративной культуры.

2. Корпоративная культура способна оказывать существенное воздействие на различные механизмы функционирования корпорации. Важнейшими из них являются: социальное взаимодействие корпорации с обществом в лице его различных социальных сил, повышение социальной ответственности бизнеса; обеспечение конкурентоспособности экономического субъекта; механизм снижения транзакционных издержек фирмы.

3. Неудовлетворительное состояние или полное отсутствие системы целенаправленного управления нематериальными ресурсами в отечественных организациях крайне негативно отражается на результативности их деятельности и конкурентоспособности российских компаний по сравнению с зарубежными. В связи с этим понимание корпоративной культуры как важнейшего нематериального актива корпорации диктует необходимость внедрения качественно новых подходов к процессу ее управления, применения особых методик ее оценки, а также целесообразность структурного и институционального закрепления корпоративной культуры в организации.

Научная новизна исследования:

1. Выявлена определяющая роль двух основных факторов в механизме формирования корпоративной культуры как особого нематериального объекта управления: а) становление постиндустриального общества и "новой" экономики как среды, выступающей причиной трансформации нематериальных ресурсов из вспомогательного элемента в хозяйственном процессе в его движущую силу; б) формирование позитивного корпоративизма, который, представляя собой форму корпоративных отношений между различными участниками системы социальных связей (капитал, государство, труд), ориентирует стороны на добровольное согласование их интересов и достижение сотрудничества, социального партнерства на взаимовыгодных условиях (стр. 19-35).

2. Раскрыта суть корпоративной культуры как системы базовых ценностей и представлений, формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, разделяемых членами организации, задающей общую ориентацию и упорядоченный характер корпоративным отношениям всех участников жизнедеятельности корпорации-сообщества. Также выявлена связь корпоративной культуры с такими категориями, как "интеллектуальная собственность", "нематериальные активы", "интеллектуальный капитал", "интеллектуальные активы", для чего рассмотрена сущность и специфика этих понятий (стр. 35 - 65).

3. Определены направления воздействия корпоративной культуры на важнейшие аспекты функционирования экономической системы: а) на формирование благоприятных взаимовыгодных взаимоотношений между корпорацией и обществом, а также на повышение степени социальной ответственности корпорации; б) на механизм обеспечения конкурентоспособности фирмы в рыночной среде; в) на механизм снижения транзакционных издержек экономического субъекта (стр. 66 - 113).

4. Сформулированы рекомендации относительно совершенствования культуры в организации и выделены основные принципы внутрифирменного управления корпоративной культурой: а) формирование обучающейся корпоративной культуры, т.е. необходимость управления культурой корпорации в контексте концепции обучающейся организации; б) применение стоимостного подхода к построению корпоративной культуры; в) формализация элементов корпоративной культуры в корпоративной среде, что предусматривает разработку и внедрение корпоративных кодексов поведения (стр. 114-142).

5. Систематизированы монетарные (стоимостные) и немонетарные (относительные) подходы к оценке нематериальных объектов на предмет

возможности их применения к оценке корпоративной культуры. Определены методы оценки, которые могут быть использованы для стоимостной оценки корпоративной культуры, а также для оценки ее эффективности (стр. 142 - 156).

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическая значимость результатов исследования заключается во внесении определенного вклада в разработку одной из актуальных проблем - проблемы нематериальных ресурсов и их значения в современной экономике. Полученные теоретические выводы и положения способствуют дальнейшему накоплению теоретического знания о природе корпоративной культуры и интеллектуальных факторов экономической деятельности.

Практическая значимость результатов исследования состоит в том, что выводы и рекомендации могут быть использованы специалистами, прямо или косвенно связанными с функционированием хозяйственных субъектов. Результаты работы могут быть применены в научной и преподавательской деятельности различных учебных заведений, как для проведения исследований, так и для чтения специализированных курсов.

Апробация результатов исследования. Диссертация готовилась и обсуждалась на кафедре теории и технологий управления факультета государственного управления МГУ им. М.В. Ломоносова. Результаты диссертационного исследования докладывались автором на международных научных конференциях: "Государственное управление: новые технологии" (МГУ им. М.В. Ломоносова, 2004), "Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики" (ВУиТ, Тольятти, 2004), а также на конференции аспирантов и студентов факультета государственного управления МГУ им. М.В. Ломоносова "Теория и практика управления: новые подходы" (2002). Положения диссертации отражены в научных публикациях общим объемом 1,45 печатных листа.

Структура работы. Структура работы определена целью и задачами исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии.

Введение.

Глава 1. Теоретико-методологические основы корпоративной культуры как нематериального ресурса экономических систем.

- 1.1. Интеллектуализация экономики и возникновение позитивного корпоративизма как условия формирования корпоративной культуры.
- 1.2. Категория "корпоративная культура": теоретико-методологический анализ.
- 1.3. Корпоративная культура в системе нематериальных ресурсов организации.

Глава 2. Направления воздействия корпоративной культуры на механизмы функционирования экономических систем.

- 2.1. Система взаимодействий корпорации и общества: повышение социальной активности бизнеса.
- 2.2. Обеспечение конкурентоспособности корпорации в рыночной среде.
- 2.3. Механизм снижения транзакционных издержек экономического субъекта.

Глава 3. Пути совершенствования системы управления корпоративной культурой.

- 3.1. Институциональное закрепление корпоративной культуры как способ повышения эффективности функционирования корпорации.
- 3.2. Новые подходы к внутрифирменному управлению корпоративной культурой.
- 3.3. Оценка корпоративной культуры.

Заключение.

Библиография.

П. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

1. Теоретико-методологический анализ корпоративной культуры как нематериального ресурса организации

Основной задачей первой главы диссертации является выявление сущности корпоративной культуры как определенного нематериального ресурса корпорации и идентификация культуры в общей системе таких ресурсов. Для этого исследование проводится по следующим направлениям:

- 1) рассмотрение той макро- и микроэкономической среды, в которой функционируют современные корпорации, и которая обуславливает трансформацию интеллектуальных ресурсов из вспомогательного элемента в хозяйственном процессе в его движущую силу. Обращение к культуре предполагает прочтение ее проблематики в контексте формирования постиндустриального общества и "новой экономики", вне которых она теряет свою определенность;
- 2) изучение корпоративизма, который является ведущим корпоративным ядром новой формы культуры, определяющим ее стилевые, нормативные и функциональные особенности;
- 3) исследование самого понятия "корпоративная культура" и той роли, которую она играет в экономической деятельности современной корпорации;
- 4) определение взаимосвязи корпоративной культуры со следующими экономическими категориями, обозначающими совокупность объектов нематериального характера: "интеллектуальная собственность", "нематериальные активы", "интеллектуальный капитал", "интеллектуальные активы".

Предпосылки формирования корпоративной культуры.

Прочтение проблематики корпоративной культуры невозможно без анализа среды, в условиях которой она формируется. Такой средой выступает становление постиндустриального общества с присущей ему макро- и микроэкономической средой, называемой зачастую как "новая" экономика. Вследствие стремительного развития технического прогресса и произошедшей на его базе информационно-компьютерной революции, индустриальный сектор утратил свою ведущую роль, что обусловило доминирующую роль интеллектуального капитала в качестве средства производства над физическим капиталом. Залогом общественного прогресса в постиндустриальном обществе служит быстрое технологическое развитие, основанное на превращении науки в основную производительную силу. Подобные тенденции находят свое отражения и на уровне микроэкономики и выражаются в том, результативность и успех деятельности современных экономических субъектов во все большей степени определяются степенью вовлечения в хозяйственный оборот ресурсов интеллектуального характера.

Отечественные компании существенно уступают зарубежным корпорациям в вопросах внутрифирменного управления нематериальными ресурсами. Знания научно-исследовательского, опытно-конструкторского, организационно-управленческого, маркетингового и иного характера, создаваемые внутри предприятия за весь период его функционирования, а также внутрифирменная культура, опыт и квалификация персонала, торговые марки, репутация и т.д. воспринимаются как вспомогательные ресурсы и побочные продукты, используются достаточно хаотично и нерационально, редко рассматриваются как основной ресурс, являющийся ключевым в борьбе за реальные рыночные преимущества. Подобная позиция российских предприятий во многом обусловлена тем обстоятельством, что, несмотря на то, что уровень накопленных общих, научных и профессиональных знаний, степень образованности и культуры российских специалистов остаются достаточно высокими, в то же время имеет место несовершенство, а порой и

полное отсутствие системы целенаправленного и рационального управления нематериальными ресурсами в системе комплексного управления корпорацией. Данная ситуация не может не вызывать обеспокоенности, так как проблемы эффективного создания, мобилизации и использования нематериальных и интеллектуальных факторов функционирования экономических систем в современных условиях существенно актуализируются как в рамках национальной экономики, так и в глобальном масштабе.

Институт корпоративизма, составляющий вторую необходимую предпосылку формирования корпоративной формы культуры и определяющий ее стилевые, нормативные и функциональные особенности, представляет собой способ корпоративного взаимодействия корпорации с другими участниками системы социальных отношений. Корпоративизм может быть охарактеризован как целенаправленное коллективное поведение, в ходе которого организации, представляющие агрегированные функциональные интересы, вступают во взаимодействие между собой и с органами государства в целях выработки и принятия властно-управленческих решений с последующей их реализацией. Корпоративизм можно подразделить на негативный и позитивный типы. Негативный тип корпоративизма - это форма корпоративных отношений, ориентированная на принудительное объединение групп интересов и навязывание другим участникам сугубо эгоистических интересов какой-либо социальной группы, организации под видом общих. Позитивный корпоративизм представляет собой форму корпоративных отношений, в основе которых лежит ориентация на добровольное, легитимное согласование групп интересов и достижение сотрудничества, социального партнерства участников социального взаимодействия на взаимовыгодных условиях. Именно позитивный тип корпоративизма порождает новую культурную форму - корпоративную культуру.

Таким образом, основными условиями, выступающими предпосылками формирования корпоративной культуры, являются: макро- и микроэкономическая среда, характерная для постиндустриального этапа

общественног развития и институт позитивного корпоративизма, представляющий собой ядро корпоративной культуры. Лишь при наличии данных условий функционирования корпорации, можно говорить о проявлении в ее среде корпоративной культуры. При отсутствии таковых, т.е. функционирования экономической системы в среде, обладающей, главным образом, характеристиками индустриальной экономики (высшей ее фазы), а также в условиях неразвитости институтов позитивного корпоративизма как

- способа эффективного социального взаимодействия различных общественных сил, можно говорить преимущественно об организационном типе культуры. В

* России, в силу названных причин, корпорациям свойственен преимущественно организационный тип культуры.

Понятие "корпоративная культура".

Корпоративная культура представляет собой систему базовых ценностей и представлений, общественно прогрессивных формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, разделяемых членами организации, направляющих поведение персонала и задающих ориентиры структуре организации, системе управления, процессу труда, что способствует в условиях частной собственности, рыночных отношений связыванию организации в единое целое. Как система символов, корпоративных установок, мотиваторов, образцов действий, образов мышления, она задает общую ориентацию и упорядоченный характер корпоративным отношениям всех участников жизнедеятельности корпорации-сообщества.

Место корпоративной культуры в системе нематериальных ресурсов корпорации.

В настоящее время теоретическое осмысление проблемы нематериальных ресурсов еще не привело к выработке единого, официально утвержденного понятийного аппарата в сфере понимания сущности объектов нематериального характера, что создает определенные трудности на пути идентификации

корпоративной культуры в системе таких нематериальных ресурсов экономической системы. С целью определения места корпоративной культуры в системе экономических ресурсов современной корпорации, автор анализирует следующие наиболее распространенные в литературе и на практике категории, так или иначе трактующие природу совокупности объектов нематериального характера: интеллектуальная собственность (ИС), нематериальные активы (НМА), интеллектуальный капитал (ИК), интеллектуальные активы (ИА).

Категория "интеллектуальная собственность" не дает возможности определить место корпоративной культуры в своей структуре, так как делает, главным образом, нормативно-правовой акцент на проблему идентификации интеллектуальных корпоративных ресурсов. Концепция нематериальных активов, отражая элемент бухгалтерской модели фирмы, также не решает проблему идентификации корпоративной культуры в системе интеллектуальных ресурсов по причине применения затратного принципа к процессу такой идентификации. Очевидно, что не все нематериальные активы фирмы можно однозначно определить и оценить по затратам на их приобретение или создание. Ни понятие "нематериальные активы", ни тем более категория "интеллектуальная собственность", таким образом, не в состоянии адекватно отразить ту группу активов, которые, независимо от факта фиксирования их в финансовой отчетности экономического субъекта, в то же время составляют ядро "центральной компетенции" предприятия, которая позволяет ему эффективно конкурировать на рынке.

Категория "интеллектуальный капитал" намного шире толкует характер совокупности объектов нематериального характера, используемых в экономической деятельности фирмы. Интеллектуальный капитал составляют корпоративные знания, информация, опыт, возможности, информационные каналы, которые можно использовать для создания богатства. Другими словами, интеллектуальный капитал представляет собой совокупность всего того, что знают и чем обладают сотрудники корпорации, и что формирует ее конкурентоспособность. Данная концепция, несмотря на свою способность

определить место культурных факторов в системе интеллектуального капитала, тем не менее, не является достаточно четкой и определенной.

Понимание корпоративной культуры как важнейшей интеллектуальной компоненты в механизме функционирования экономической системы находит наиболее адекватное выражение в категории "интеллектуальные активы" корпорации. Данное понятие понимает интеллектуальные активы как совокупность информационно-интеллектуальных факторов функционирования экономического субъекта, создаваемых и используемых как внутри организации, так и в окружающей среде с целью формирования уникальных конкурентных преимуществ. Предложенное определение достаточно обширно и подразумевает весьма широкий перечень объектов, составляющих интеллектуальную основу деятельности организации. Таким образом, в структуру интеллектуальных активов корпорации могут быть включены самые разнообразные ресурсы, имеющие интеллектуальную природу, и так или иначе задействованные в сфере функционирования корпорации. Корпоративная культура, несомненно, также является интеллектуальным активом компании. Данный подход позволяет идентифицировать корпоративную культуру как интеллектуальный актив экономической системы и определить ее место как *внутреннего организационно-управленческого актива* в общей структуре таких активов корпорации.

2. Роль корпоративной культуры в механизмах функционирования корпорации

Проявление корпоративной культуры во внешней и внутренней корпоративной среде происходит посредством осуществляемых ею функций. Вся совокупность этих функций может быть подразделена на две базовые группы: а) внешней адаптации экономической системы, т.е. ее выживанию и приспособлению к условиям внешней среды и б) внутренней интеграции

процессов в рамках самой экономической системы в целях способности к внешней адаптации.

Не имея возможности исследовать весь спектр функций, реализуемых корпоративной культурой, автор в качестве наиболее существенных для анализа выделила следующие области функционирования корпорации, на которые оказывает воздействие корпоративная культура:

- система социальных взаимодействий корпорации с обществом в лице его различных социальных сил, что во многом подразумевает рассмотрение проблемы социальной ответственности современного бизнеса;
- механизм обеспечения конкурентоспособности экономического субъекта;
- проблема снижения транзакционных издержек фирмы.

Корпоративная культура играет существенную роль в механизме взаимодействия корпорации с обществом. Корпоративная культура оказывает значительное воздействие на характер социальных связей между участниками системы социальных отношений (капитал, труд, государство) и способствует ориентации участников на взаимодействие на основе социального некоммерческого обмена, который базируется на учете взаимных выгод всех социальных сил.

В России становлению подлинной корпоративной культуры существенно препятствует то обстоятельство, что государство, традиционно выступавшее как доминирующий социальный институт, не имеющий реальных противовесов своей власти (рыночная экономика, демократия, гражданское общество и т.п.), во многом сохраняет приобретенные в советский период "привычки" к бюрократизму, коррупции, протекционизму и т.п. В России стороны социально-экономических отношений (государство, капитал, труд) не являются равноправными партнерами. Ни предпринимательские, ни профсоюзные ассоциации не стали объединениями, способными, опираясь на

свой авторитет, полноценно представлять интересы своих членов и создавать условия для соблюдения достигнутых договоренностей.

Неспособность современной отечественной деловой культуры служить базой для установления взаимовыгодного позитивного взаимодействия между различными участниками социальных отношений, во многом является следствием влияния, которое оказывают на нее социокультурные образцы и модели, сложившиеся в советский период и в период российских реформ. Специфика хозяйствования в советский период выразилась в том, что основными характеристиками организационной культуры того периода были: активная "теневая" деятельность высшего руководства, неформальные, личностные взаимоотношения и контакты как основа организационных связей с внешней средой, господство субординационных отношений по сравнению с координационными, тщательный контроль, поддерживающий жесткую иерархию и т.д. В связи с этим впоследствии процесс внедрения новых форм хозяйствования встретил активное сопротивление со стороны экономической и управленческой систем. Культура советских предприятий проявила консерватизм и свою абсолютную неспособность соответствовать новым требованиям времени.

Ценности и представления, лежащие в основе корпоративной культуры, оказывают влияние также на степень социальной ответственности экономического субъекта. Воздействуя на этико-правовые институты, институты мониторинга и институты благотворительности, составляющие институциональную структуру социальной ответственности, корпоративная культура служит усилению социальной активности корпорации, способствуя, тем самым, установлению благоприятных корпоративных взаимоотношений с обществом.

Корпоративная культура играет все более важную роль в механизме обеспечения конкурентоспособности корпорации. В условиях современной динамичной среды хозяйствования, конкурентоспособность экономического субъекта во все большей степени определяется созданием и использованием

уникальных конкурентных преимуществ. Такими конкурентными преимуществами могут выступать, главным образом, объекты нематериального и интеллектуального характера по причине все возрастающей доступности материальных, физических ресурсов всем участникам конкурентных рыночных отношений.

Анализ литературы позволяет утверждать, что в теории сложились три основных подхода к выявлению конкурентных преимуществ организации: рыночно-ориентированный, ресурсно-ориентированный и социальный. Представители рыночного подхода придерживаются идеи, что успех предприятия зависит от привлекательности отрасли и от конкурентной позиции ("позиционирования") предприятия в этой отрасли. Сторонники ресурсно-ориентированного подхода утверждают, что ресурсный потенциал, т.е. внутрифирменный фактор является основой для формирования конкурентных преимуществ корпорации. Корпорации, способные аккумулировать ресурсы, технологии, мощности, которые представляют собой ценность, редки, незаменимы, имеют высокие показатели конкурентоспособности. В рамках данного подхода в последнее время развивается концепция, согласно которой, конкурентное преимущество появляется за счет создания уникальных комбинаций ресурсов внутри фирмы, так называемых специфических возможностей (активов) фирмы (*firm-specific capabilities*). Наконец, социально-ориентированный подход базируется на том положении, что предприятие является не только подсистемой экономики, но одновременно и частью общественной и экологической системы. Если предприятию удастся найти оригинальную форму включения в институциональную структуру общества, то эта форма может стать источником стабильного стратегического успеха ("ренты отношений"). Автор полагает, что в отечественных рыночных условиях на современном этапе наиболее эффективно может быть применен ресурсно-ориентированный подход, поэтому важнейшее значение в обеспечении конкурентоспособности должны иметь внутрифирменные факторы, создающие уникальные конкурентные преимущества.

Внутрифирменные конкурентные преимущества часто подразделяются на следующие группы: структурные, образуемые еще на этапе проектирования организации; ресурсные; технические; управленческие; рыночные; факторы эффективности. Автор предлагает добавить к данному перечню еще одну группу внутренних факторов конкурентного преимущества корпорации - *интеллектуальные*. Являясь важнейшим элементом структуры внутренних интеллектуальных конкурентных преимуществ корпорации, корпоративная культура значительно воздействует на механизм обеспечения конкурентоспособности фирмы и способствует усилению ее конкурентных позиций на рынке.

Корпоративная культура играет существенную роль в механизме снижения транзакционных издержек экономического субъекта. Согласно институциональному подходу, транзакционные издержки представляют собой затраты, обусловленные использованием рыночного механизма и включают издержки поиска информации, ведения переговоров, заключения контрактов, издержки измерения, защиты прав собственности, оппортунистического поведения и т.д. В целях сокращения транзакционных издержек фирмы вырабатывают институты, или правила, ограничивающие поведение экономических агентов и упорядочивающие взаимодействие между ними. Таким образом, институциональная природа корпоративной культуры заключается в том, что она выступает в качестве гибкой структуры, поддерживающей формальные и неформальные правила поведения в корпорации, а также способы выполнения этих правил. Культура, материализуясь в нормах, правилах и традициях, на основе которых строятся взаимоотношения членов корпорации, тем самым представляет собой институционализацию действий управленческого и наемного персонала в межличностных коммуникационных структурах. Корпоративная культура способствует снижению как предконтрактных, так и постконтрактных транзакционных издержек, оказывая воздействие на процессы подбора деловых партнеров и клиентуры, заключения и добросовестного исполнения контрактов,

поддержания устойчивых долговременных деловых связей, формирования благоприятной репутации корпорации, мотивации персонала к ответственному и заинтересованному поведению и т.д.

3. Направления совершенствования системы управления корпоративной культурой

По мнению автора, подавляющее большинство содержащихся в литературе подходов к проблеме управления корпоративной культурой, исходят из понимания культуры как некоего вспомогательного фактора, способного быть задействованным в процессе достижения организационных целей, а не как интеллектуального актива экономического субъекта, способного повышать результативность и эффективность его экономической деятельности, а также участвовать в механизме создания стоимости компании. Поэтому автор подчеркивает необходимость применения новых подходов к процессу управления корпоративной культурой.

В основе такого управления должно лежать, во-первых, *понимание культуры корпорации как важнейшего интеллектуального актива*. В таком контексте управление корпоративной культурой можно охарактеризовать как совокупность действий и мероприятий, направленных на обеспечение эффективного планирования, организации и контроля процессов формирования и развития культуры корпорации, а также мотивации процессов ее постоянного совершенствования с целью достижения максимального результата от использования культурных факторов в процессе функционирования корпорации при минимизации затрат на их формирование и развитие. Понимание интеллектуальных активов как важнейших факторов деятельности экономического субъекта обуславливает необходимость формирования в корпоративной структуре соответствующего подразделения или отдела, осуществляющего процесс накопления и использования интеллектуальных корпоративных активов, что уже получило свое распространение в

большинстве западных корпораций. Управление корпоративной культурой в рамках деятельности подобного структурного подразделения способствует достижению максимального результата от использования потенциала корпоративной культуры.

Следующий подход к построению корпоративной культуры современной корпорации, по мнению автора, заключается в необходимости *построения корпоративной культуры в контексте концепции обучающейся организации, т.е. необходимости формирования обучающейся культуры*, позволяющей придать характер культурного явления корпоративным процессам непрерывного обучения и инноваций и стабилизировать их. В основе обучающейся культуры лежит набор устойчивых ценностей, представлений, ментальных моделей, ориентирующих корпорацию в направлении интеллектуальной ориентации ее деятельности и определяющих наиболее оптимальное соотношение между созданием и заимствованием, накоплением и распространением знания в корпоративной среде.

Стоимостной подход к формированию корпоративной культуры позволяет мобилизовать ее потенциал в направлении увеличения стоимости, создаваемой экономическим субъектом. Стоимостной подход к построению культуры корпорации состоит в формировании и развитии лежащих в ее основе представлений, правил, моделей мышления, а также в осуществлении целого ряда мероприятий, направленных на повышение эффективности корпоративной культуры именно с точки зрения ее способности участвовать в увеличении создаваемой стоимости в компании. В основе такого подхода лежат: стоимостное мышление, процессное мышление, корпоративный оптимизм, ориентация на клиента, наделение исполнителей полномочиями, внутреннее предпринимательство, рассмотрение управления как процесса предоставления услуг конечным исполнителям, а также определяющая роль корпоративных знаний.

Для того, чтобы корпоративная культура эффективно реализовывала свои задачи в направлении повышения результативности функционирования

корпорации, автор подчеркивает важность формализации элементов корпоративной культуры в корпоративной среде. Это достигается посредством разработки и внедрения в корпоративную практику *корпоративных кодексов поведения (codes of best practices)*, закрепляющих основные принципы деятельности корпорации и ориентирующих, тем самым, повседневные действия управленческого и наемного персонала, а также взаимодействия корпорации с внешними субъектами в наиболее желаемом направлении. Внедрение подобных кодексов способствует усилению позитивного воздействия корпоративной культуры на процесс формирования устойчивых и взаимовыгодных социальных связей корпорации с различными социальными силами общества, на активизацию социальной направленности современного бизнеса, на повышение конкурентоспособности, на механизм снижения транзакционных издержек экономического субъекта, а также целый ряд других процессов в рамках экономической деятельности корпорации.

Оценка корпоративной культуры. По мнению автора, одной из основных проблемных областей в деятельности современных российских экономических субъектов в вопросах управления их нематериальными ресурсами является вопрос адекватной оценки таких ресурсов. Используемая отечественная бухгалтерская модель не позволяет дать оценку таким важнейшим интеллектуальным ресурсам как профессионально-квалификационные, поведенческие, информационно-технологические и организационно-управленческие активы. К последним относится и корпоративная культура. Тем не менее, наиболее существенной проблемой определения количественной взаимосвязи между существующей корпоративной культурой и интегрированными показателями результативности функционирования корпорации является отсутствие однозначной оценки корпоративной культуры.

В условиях современного рынка оценка интеллектуальных активов может базироваться на использовании двух различных методов: монетарного

(стоимостного) и немонетарного (относительного). Монетарные способы оценки, безусловно, являются более показательным, особенно в контексте их интегрированной оценки наряду с другими показателями эффективности функционирования экономической системы. Однако оценка интеллектуальных активов в современных российских условиях является затруднительной по причине неоднозначности их идентификации и неудовлетворительности их балансовой оценки в рамках существующих стандартов бухгалтерского учета (так, корпоративная культура необоснованно не включается в состав нематериальных активов фирмы). Поэтому для количественной оценки эффективности корпоративной культуры наиболее приемлемыми выступают немонетарные (относительные) методы оценки, которые широко используются в практике управления зарубежными компаниями и являются весьма эффективными при невозможности осуществления денежной оценки интеллектуальных активов. Показатель эффективности корпоративной культуры определяется посредством расчета количественных данных, полученных в результате обширного анкетирования членов корпорации, а также внешних субъектов, связанных с ее деятельностью.

Несмотря на то, что стоимостная идентификация и оценка интеллектуальных активов в современных отечественных условиях крайне затруднена, тем не менее, такая стоимостная оценка корпоративной культуры может быть определена посредством применения затратного метода. Из наиболее используемых монетарных методов оценки интеллектуальных ресурсов (затратный, сравнительный, доходный), затратный метод, основанный на определении ценности объекта оценки как совокупности фактически понесенных, необходимых или возможных затрат на создание этого интеллектуального актива, при всех его недостатках, обеспечивает наиболее адекватную стоимостную оценку корпоративной культуры.

ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ ОПУБЛИКОВАНЫ СЛЕДУЮЩИЕ

РАБОТЫ:

1. Корпоративная культура в системе ресурсов современной организации/ Теория и практика управления: новые подходы. - М: Университетский гуманитарный лицей, 2004, Выпуск 3 - 0,5 п.л.
2. Интеллектуальные ресурсы в постиндустриальной экономике/ Материалы форума аспирантов и студентов "Время молодых: государственное управление в XXI веке", май 2004 г. - М.: Полиграф Сервис, 2004 - 0,4 п.л.
3. Корпоративная культура: нематериальный актив экономических систем / Материалы международной научной конференции "Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики" - Тольятти: Волжский университет им. В.Н. Татищева, 2004 - 0,15 п.л.
4. Организационная культура как фактор реализации организационных стратегических изменений / Материалы III научно-практической конференции студентов и аспирантов. - М.: Университетский гуманитарный лицей, 2003 - 0,4 п.л.

Отпечатано в копицентре
Москва, Ленинские горы, МГУ, 1 Гуманитарный корпус.
www.stprint.ru e-mail: zakaz@stprint.ru тел. 939-3338
тираж 100 экз. Подписано в печать 11.04.2005 г.

503

22 APR 2005