

ББК 66.033.141.22

А.А. Вязанкина

Современные модели корпоративной культуры и их перспективы в российском обществе

A.A. Vyazankina

Modern Models of Corporate Culture and Their Perspective in the Russian Society

Исследуются проблемы поиска оптимальной модели корпоративной культуры для современной России. Показан важный результат авторского научного поиска тех черт современной деловой культуры, которые, с одной стороны, максимально соответствуют отечественной социокультурной реальности, а с другой стороны, адекватно отвечают на «вызовы» глобализации.

Ключевые слова: корпоративная культура, управление, организация, менталитет, коллективизм, индивидуализм, глобализация (американизация, вестернизация), ценности.

Существует огромное количество моделей корпоративной культуры, каждая из которых уникальна и неповторима. Наличие общих черт корпоративной культуры у предприятий, принадлежащих к одной и той же национальной культуре и обусловленных особенностями менталитета того или иного народа, позволяет говорить о существовании национальных моделей деловой культуры. К западной модели исследователи относят североамериканскую и западноевропейскую деловые культуры; восточная модель характерна для стран Азии и Востока: Японии, Китая, Кореи, Сингапура, Тайваня, Гонконга и мусульманских стран [1]. Центром притяжения и распространения данных моделей корпоративной культуры по-прежнему считаются США и Япония. Лидирующее положение данных стран объясняется прежде всего высокими экономическими показателями, относительной стабильностью хозяйственного механизма, демонстрацией высокой степени выживаемости их экономик в постиндустриальную эпоху. Кроме того, причинами успеха и эффективности корпоративной культуры этих стран считается планомерное и сознательное ее конструирование, гибкость, открытость изменениям, постоянное обновление и совершенствование принципов управления. Российская корпоративная культура занимает промежуточное положение между западной и восточной деловыми культурами, так как и географически, и геополитически Россия находится между Западом и Востоком и требует отдельного рассмотрения.

Отметим следующие черты американской корпоративной культуры: капиталистический подход к

The article is devoted to research of a problem to create optimum model of corporate culture for modern Russia. Article reflects the important result of author's scientific search of modern business culture features which, on the one hand, as much as possible correspond with domestic social and cultural reality, and on the other hand, adequately answer globalization's «calls».

Key words: corporate culture, management, organization, mentality, collectivism, individualism, globalization (americanization, westernisation), values.

управлению – человек в западном варианте корпоративной культуры рассматривается исключительно как средство достижения целей организации, главной из которых является получение прибыли; акцент на индивидуализм; поощрение духа соревнования и конкуренции; осуществление краткосрочного найма и быстрое продвижение по служебной лестнице; высокая специализация деятельности, прямолинейность в отношениях, а также формальные, в основном количественные методы контроля, избегание публичной критики.

Классической корпоративной культуре Японии свойственны другие особенности: человекоцентристский подход в управлении, коллективизм, частая ротация кадров, но медленное продвижение по службе, низкая специализация деятельности, учтивость в отношениях, преобладание неформальных методов контроля, поощрение публичной критики.

Существует определенная трудность в определении особенностей российской модели корпоративной культуры. Ее специфику обуславливают насыщенная противоречивыми событиями история русского народа, большая протяженность России, ее полиэтничность. Кроме того, на формирование российской деловой культуры оказало большое влияние советское прошлое, которое предопределило некоторые особенности российского корпоративизма: монополия правящей верхушки на власть, засилие бюрократии, сырьевая ориентация экономики, жажда гласности, идеологическое словоблудие [2, с. 21].

Парадоксальность и противоречивость российской деловой культуры объясняются исследователями сое-

динением и борьбой в русском национальном характере западных и восточных черт. «Русский народ есть не чисто европейский и не чисто азиатский народ. Россия есть целая часть света, огромный Восток-Запад, она соединяет два мира. И всегда в русской душе боролись два начала, восточное и западное» [3, с. 156].

Больше всего разногласий возникает по поводу принадлежности русских к коллективистам (Восток) или индивидуалистам (Запад). Большинство исследователей считают, что в русском национальном характере преобладает коллективистский принцип организации деятельности, усматриваемый в традиционном общинном (артельном) укладе жизни русского народа, русской религиозной соборности, советском псевдоколлективизме, что сближает славяно-русский и восточный менталитеты. Действительно, психология единства в восточном менталитете и так называемая «мы-психология» в русском национальном характере сходны, но характер их различен. Командно-коллективистский принцип на Востоке исходит из конфуцианской идеи зависимости, преданности, верности к своему господину и лояльности к нему. Поэтому «для Японии характерна высокая социальная взаимобязательность людей этой страны в отношениях друг к другу и к обществу, их заботливость и особенно ответственность» [4, с. 201]. Объединение японцев происходит на основе сознания ими морального долга перед организацией, государством и обществом в целом. Японцы не представляют жизнь вне их связи с другими людьми, что является основой их жизненной философии. Русских же объединяла необходимость сохранения собственной территории от нападений иноземных захватчиков и выживания в суровых климатических и географических условиях. В современном мире русские объединяются в группы для защиты от внешних, зачастую неблагоприятных, воздействий, но при этом преследуют собственные цели при взаимодействии с другими членами группы. Кроме того, под русским коллективизмом часто понимается «открытость в процессе общения», «чувство локтя» и потребность «быть как все», отсутствие желания выделиться из толпы и оригинальничать, постоянную оглядку на то, что «скажут люди», любовь к массовым праздникам и народным гуляниям, к компаниям, традиции гостеприимства...» [5, с. 158].

Специфика российской модели корпоративной культуры заключается также в том, что ее основой является не капитал, а человек [6]. О таком подходе пишет А.В. Сергеева: «Россияне в любом деле широко используют самые разнообразные личные связи, ищут и получают протекцию («руку»), предпочитают решать проблему, подойдя к ней «по-человечески», используя личные отношения» [5, с. 279].

В российских компаниях неформальные отношения доминируют над формальными и подчас играют решающую роль в принятии решений, а вся деятель-

ность осуществляется в основном по неписаным правилам поведения, принятым в ближайшем дружеском окружении. Этим же можно объяснить клановость и кумовство, которые характерны также и для японских корпораций. Документы, регламентирующие деятельность сотрудников (кодексы корпоративной этики, правила поведения, регламенты), носят декларативный характер и практически не работают в условиях современной России.

Человекоцентристским подходом в российской корпоративной культуре можно объяснить особое отношение русских ко времени и собственности, которые определяются исключительно отношением к человеку. Например, «в отличие от европейцев время для русских связано не с поставленными целями, а с людьми и событиями... распределение времени у русских подчинено скорее не делу, а эмоциям» [5, с. 274].

Еще одной специфической чертой русской деловой культуры является ее большая зависимость от личности руководителя. «Наши компании – часто автопортрет собственника. Он, как демиург, создает мир в организации, утверждая в ней свои понимания бизнеса, критерии и стандарты» [6].

В целом российскую модель корпоративной культуры можно охарактеризовать следующим образом: авторитарность руководства при декларировании демократического стиля управления, имитация формальности и примат неформальных отношений, бюрократичность, индивидуализм при четкой зависимости от коллектива, чиновничество, кумовство, хитрость, фатализм, взяточничество и пр. Другими особенностями российской корпоративной культуры являются: сострадание проигравшим, предпочтение осмысленной аскезы богатству, добровольного самоограничения комфорту, одобрение коллективных усилий в труде, настороженное отношение к индивидуализму, к достижению собственного благополучия за счет других; продвижение и поощрение сотрудников на основе их персональной лояльности к организации; непрозрачность принимаемых решений, секретность, закрытость организации для внешнего мира, а также существование барьеров между подразделениями.

Итак, российская корпоративная культура, действительно, занимает срединное положение между Западом и Востоком, так как ей в равном объеме присущи черты как западной, так и восточной моделей корпоративной культуры. Однако российская модель деловой культуры – это не просто конгломерат отдельных черт, заимствованных у Запада и Востока. Сегодня мы можем говорить о существовании специфической модели российской корпоративной культуры, которая стихийно складывается под влиянием национальных традиций и иностранных заимствований и требует серьезного и осознанного подхода к ее конструированию на российских предприятиях.

При этом постоянно растущий темп интеграции стран в мировую экономику и глобализация бизнеса нивелируют существующие отличия между деловыми культурами. В последние годы происходит сближение разных моделей корпоративных культур, их взаимное проникновение. Следствием глобализации (американизации) в России явилось, по словам И. Бойко, «заметное изменение структуры ценностей и приоритетов: на 8–10% повысилась распространенность таких ценностей, как свобода, независимость, инициативность. Одновременно снизилась распространенность таких ценностей, как самопожертвование, следование традициям, вольность» [7, с. 33]. Традиционная российская корпоративная культура, как считают многие авторы, является по сути восточной моделью, однако в связи с активными процессами вестернизации и глобализации современная российская деловая элита бессознательно перенимает многие черты западной

капиталистической деловой культуры, особенно негативные [2, с. 21].

Вопрос конструирования корпоративной культуры в России до сих пор остается открытым. Это обусловлено прежде всего недостаточным материальным стимулированием, высоким уровнем безработицы, неблагоприятной экономической ситуацией в стране, духовным кризисом и прочими негативными факторами. Сегодня перед нашей страной стоит острая проблема выбора модели управления (выделяют множество подходов к дальнейшему развитию российского менеджмента: революционный и эволюционный; западный, восточный, смешанный, уникальный [8, с. 83]). Однако в условиях глобализации и интеграции нашей страны в единое мировое экономическое и социокультурное пространство наиболее успешной стратегией станет «свободное культурное ученичество и политическое взаимодействие с западным культурно-географическим миром» [2, с. 18].

Библиографический список

1. Алешина, И.В. Западная и восточная деловые культуры / И.В. Алешина [Электронный ресурс]. – URL: www.irpou.ru.
2. Иванов, А.В. Евразийство: ключевые идеи, ценности, политические приоритеты / А.В. Иванов. – Барнаул, 2007.
3. Бердяев, Н.А. Русская идея / Н.А. Бердяев. – М., 2002.
4. Ирхин, Ю.В. Особенности японской культуры управления: сравнительный анализ / Ю.В. Ирхин // Социально-гуманитарные знания. – 2006. – №2.
5. Сергеева, А.В. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность / А.В. Сергеева. – М., 2004.
6. Круть, Н. Корпоративный интернационал [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.job-today.ru>.
7. Бойко, И. Социально-психологические аспекты национальной интеграции / И. Бойко // Обозреватель. – 2008. – №5.
8. Дырин, С.П. Российская модель управления персоналом в условиях промышленного предприятия / С.П. Дырин. – СПб., 2006.