

Корпоративная культура и эффективность предприятий  
Гайдаржи Евгений Сергеевич  
Аспирант 3-го года  
ГОУ ВПО Тюменский государственный университет  
sardukar\_master@mail15.com

В современной России проблема корпоративной культуры становится весьма актуальной, вследствие вступления страны в стадию развитой рыночной экономики и подготовки к вступлению в ВТО, что требует прописанной в уставе корпоративной культуры. Процессы подготовки к первичным публичным размещениям акций (IPO) также предъявляют требования к корпоративной культуре. Процветающие западные предприятия имеют развитую корпоративную культуру, использующую как важный фактор экономической эффективности.

Преуспевающие предприятия создали и поддерживают у себя ярко выраженные корпоративные культуры, наиболее соответствующие их целям и ценностям, и четко отличающие одну фирму от другой. С другой стороны, низкая экономическая эффективность многих российских фирм, помимо других проблем, обусловлена также игнорированием факта существования корпоративной культуры и, как правило, её реальным существованием в результате спонтанного формирования.

Предприятия с сильной корпоративной культурой не нуждаются в развитой бюрократической иерархии и системе контроля. Когда люди имеют единые ценности и нормы поведения, нет необходимости указывать им, как они должны поступить в каждой конкретной ситуации: организация может быть уверена, что ее члены примут правильное решение, руководствуясь своими уникальными культурными нормами и ценностями. В условиях рынка корпоративная культура выступает мощным конкурентным преимуществом предприятия, повышая его эффективность функционирования во внешней среде, как правило, за счет увеличения внутренней эффективности.

За основу анализа показателей эффективности корпоративной культуры и показателей экономической эффективности предприятия была взята концепция, разработанная К. Феем и Д. Денисоном.

Эффективным организациям свойственны высокие показатели таких факторов корпоративной культуры как «вовлеченность», «согласованность», «адаптивность» и «миссия».

Оценка этих факторов проводилась с помощью расчетных факторов эффективности корпоративной культуры, таких как делегирование полномочий, командная работа, развитие персонала, базовые ценности, согласие, координация, управление изменениями, ориентация на потребителя, организационное обучение, стратегический фокус, цели и задачи, видение. Каждый из этих факторов оценивался работниками по трем вопросам, по пятибалльной шкале и, в дальнейшем, рассчитывался.

Факторы экономической эффективности предприятия, такие как рыночная доля, прибыльность, рост объема продаж, качество товаров и услуг, разработка новых видов продукции и общая результативность деятельности, были взяты из анализа экспертного опроса и получены усреднением оценок, сделанных по пятибалльной шкале, а также получены из анализа бухгалтерских отчетов.

Суждение об эффективности корпоративной культуры в этом случае сводится к тому, насколько ее фокус адекватен целям и задачам предприятия.

Социальная эффективность корпорации складывается из экономической эффективности, психологической эффективности, корпоративной культуры и организационных отношений. Эффективные с психологической точки зрения внутриорганизационные отношения повышают трудоспособность, желание работать на благо организации и общества. Это увеличивает экономическую эффективность

корпорации. А работа в экономически успешной корпорации, в свою очередь, оказывает позитивное влияние на психологическое состояние работников.

В результате корреляционного анализа связи между силой корпоративной культуры и эффективностью выявлено, что коэффициент корреляции Спирмэна равен 0,74 при уровне значимости 0,001 (2-х сторонняя).

На рисунке 1 показаны показатели силы корпоративной культуры и ее эффективности.

Рис.1. Показатели силы и эффективности корпоративной культуры.

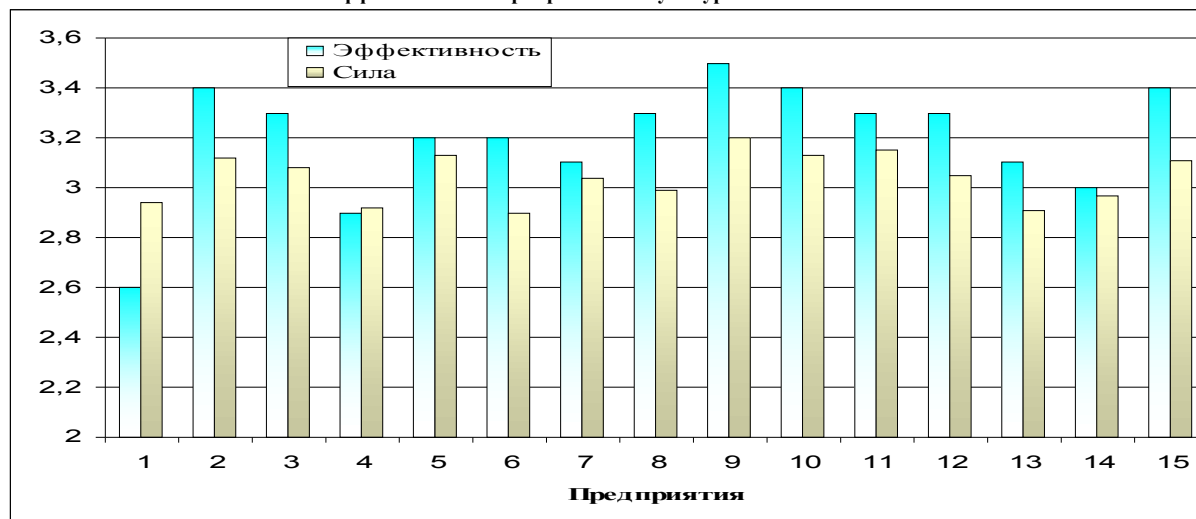
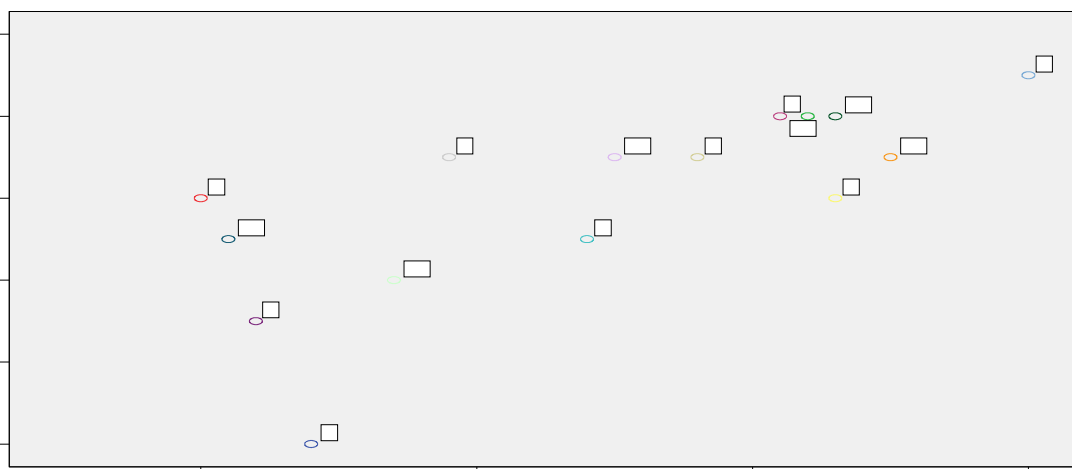


Рис.2. Результат кластерного анализа.



**Выводы по исследованию:**

Выявлена прямая и значимая корреляция между эффективной корпоративной культурой и экономической эффективностью предприятий, с коэффициентом корреляции Спирмэна 0,54 на уровне значимости 0,002 (2-х сторонняя).

Проведен кластерный анализ по осям сила-эффективность корпоративной культуры, в результате которого были выявлены три кластера. В первый кластер выделились предприятия с высокими силой и эффективностью корпоративной культуры, такие как №№ 2, 3, 5, 7, 9, 10, 11, 12, 15; во второй кластер попали предприятия с низкой силой и высокой эффективностью (развивающиеся), такие как №№ 6, 8, 13, 14; в третий кластер попали предприятия со слабыми и малоэффективными корпоративными культурами, такие как 1 и 4.