

Секция «Социология»

**Разнообразие ценностей корпоративной культуры в современных организациях**

*Тагибова Асият Ахмедовна*

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,*

*Социологический факультет, Москва, Россия*

*E-mail: t.a.a.89@mail.ru*

Специфику культуры конкретной организации, во многом определяет конкретизация базовых общечеловеческих ценностей на корпоративном уровне. Особенности корпоративной культуры современных российских организаций можно выявить на основе оценки следующих параметров: религия, язык, отношение к формальностям, социальное и личное пространство, отношение к природе, отношение к использованию времени, отношения между людьми и др. При этом основа корпоративной культуры определяется родовой памятью народа, или культом, т.е. определённым опытом проживания на определенной территории, находящим своё выражение в соответствующем поведении и действиях. Изучая систему ценностей корпоративной культуры современных российских организаций, можно выявить те ценности, которые были сформированы еще в дореволюционной России. Среди них:

- отношение к хозяйству как к преимущественно духовно-нравственному явлению;
- автаркия – ориентированность хозяйственных единиц и системы в целом на замкнутость, самодостаточность, самоудовлетворённость;
- способность к самоограничению, направленность не на потребительскую экспансию (постоянное наращивание объёмов и видов товаров и услуг как самоцель), а на обеспечение самодостаточности;
- трудовой характер хозяйственной деятельности, взгляд на труд как на добродетель; экономический процесс направлен не на максимизацию капитала и прибыли, а на обеспечение трудовой самодостаточности;
- собственность – функция труда, а не капитала капиталом является производительная часть собственности, направленная на производство; капитал, отдаваемый в рост, рассматривается как паразитический [2].

В связи с этим, интересно проанализировать взаимосвязь и многообразие традиционных и современных ценностей корпоративной культуры российских организаций.

О.В. Гавриленко в своем исследовании деловой культуры современных российских организаций, проведенном в 2008-2010 гг., [1] выделяет следующие ее особенности:

- отсутствие четкой установки следовать закону;
- существенная роль неформальных экономических связей и отношений.

В среде российских бизнесменов и руководителей очень высока роль личных связей и разного рода обменов деловыми и личными услугами.

У эффективных российских бизнесменов и менеджеров сформирована привычка бороться за выживание, жить в постоянном напряжении, которая порождает изобретательность и умение выходить из сложных ситуаций.

Внешняя среда, в которой развивается российский бизнес, приучает предпринимателей к неизбежности повышенного риска. Нередко бизнесмены и менеджеры развора-

чивают масштабные проекты без детального планирования и подготовки. Российским предпринимателям и руководителям свойственна высокая степень самостоятельности в решении деловых проблем.

Высокая дистанция власти проявляется в излишней зависимости от начальника, ожидании «руководящих указаний», авторитарности власти, а также в послушании подчиненных перед руководством. Вместе с тем, сильно выражены такие качества как сплоченность персонала, коллективизм, что проявляется во взаимопомощи, наличии коллективных традиций, круговой поруки.

Современный этап развития отечественной экономики существенно трансформировал ценности корпоративной культуры отечественных организаций. Только небольшая часть того, что было характерно для русского бизнеса конца XIX – на чала XX веков характерно для сегодняшних российских компаний. Прежде всего, в их культуре существенно снизилось влияние тех элементов, которые связаны с православием.

Характеризуя российскую деловую культуру, можно отметить ее эклектичность: что-то заимствуется с Востока (клановость, чиновничество, коллективизм, акцент на личные отношения, несоблюдение сроков), что-то с Запада (индивидуализм, самостоятельность, предприимчивость), некоторые черты сохраняются с советского периода (централизация, высокая дистанция власти, опора на личные связи), что-то является наследием российского предпринимательства прошлых веков (ориентация на самоудовлетворенность, коллективизм, роль неформальных связей).

### **Литература**

1. Гавриленко О.В. Российская деловая культура: проблема становления и развития // Социология, 2011, № 3.
2. Платонов О.Н. Экономика русской цивилизации. М.: ИРЦ, 2008.

### **Слова благодарности**

Автор выражает признательность доктору социологических наук С.А. Баркову за помощь в подготовке тезисов