

## **ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ С ГОСУДАРСТВЕННЫМ УЧАСТИЕМ**

### **FORMATION OF CORPORATE CULTURE OF EMPLOYEES OF ENTERPRISES WITH STATE PARTICIPATION**

**Аннотация.** В статье представлены результаты исследования процесса формирования корпоративной культуры предприятия с государственным участием. Описаны особенности мотивации, целеполагания, стиля взаимодействия и нравственной культуры, влияющие на типологию корпоративной культуры, формирующейся на подобных предприятиях.

**Abstract.** The results of survey dedicated to the state participation enterprises corporative culture forming process are presented in the article. The special features of motivation, aiming, style of communication and moral culture having influence on typology of such enterprises corporative culture are described in the article.

**Ключевые слова:** предприятие с государственным участием, корпоративная культура, факторы формирования корпоративной культуры, коммуникативные стили, тип нравственной культуры.

**Keywords:** enterprise with the state participation, corporative culture, the factors of corporative culture forming, the styles of communication, moral culture type.

Проблема формирования корпоративной культуры предприятия с государственным участием обусловлена тем, что создание предприятий, в которых государственные структуры выступают соучредителями, приводят к изменению управленческой деятельности. В ее основу, с одной стороны, положены законы и правила государственной службы, а с другой, нормативная документация, регулирующая предпринимательскую деятельность. Это противоречие приводит подобные предприятия к снижению эффективности деятельности, к потере материальных ресурсов, изменению морально-психологического климата в коллективе и, как следствие, порождает управленческую проблему, состоящую в поиске оптимального пути управления персоналом, который находится между двумя противоречащими друг другу культурами: исполнительская культура государственного служащего и прагматическая культура предпринимателя. Возникающие при этом проблемы социально-культурного характера требуют новых решений в проектировании моделей корпоративного управления, в поиске новых технологий администрирования процессов корпоративного развития, в создании иных корпоративных отношений и обновлении профессиональных коммуникаций. Эти проблемы находятся в плоскости идеологических и культурных

аспектов формирования профессионального сознания и потому представляют сложность для решения. Отметим, что потребность в научно обоснованных моделях развития форм собственности нового типа и программах формирования их корпоративной культуры не подкреплена готовностью управленцев к руководству новыми корпоративными отношениями.

В своем исследовании мы исходили из того, что формирование корпоративной культуры является источником развития предприятия и представляет собой систему взаимодействий и отношений, строящихся на основе философии, включающей систему принципов и ценностей и выражающейся в деятельности и мышлении его сотрудников в виде знаний, стереотипов, норм, образцов и правил, имеющих определенный стиль. Основой работы являются концептуальные положения по проблемам развития корпоративной культуры Виханского О.С., Наумова А.И., Франц А.С. [1,2,6], исследования по развитию организационной культуры Черных Е.А., Щербиной С. В. [7,10], концепции нравственной культуры в системе корпоративных отношений Лиферова А.П., Франц А.С., Чупиной В.А. [5,6,8], теории корпоративной идентичности Крылова А. Н., Шейна Э. Х. [4,9].

Понятие корпоративной культуры, уточненное применительно к предприятию с государственным участием, имеет отличительные особенности: важнейшими составляющими культуры такого предприятия являются традиционные и прагматические ценности, которые предприятие использует в качестве целевых ориентиров и средств в достижении цели; нормы и правила организации производственного процесса сочетают государственный и частный подходы; психологический климат определяется тем, насколько сочетаются между собой разновекторные нравственные ценности и коммуникативные стили в профессиональном поведении сотрудников [9].

Изучение нормативных правовых документов, регулирующих деятельность предприятий с государственным участием, позволили определить факторы, влияющие на формирование их корпоративной культуры: ориентация учредителей и руководства в своей деятельности на принцип законности в соответствии с Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, а также региональным законодательством; отстаивание прав и законных интересов предприятия, его клиентов и деловых партнеров, повышение уровня профессиональной мобильности сотрудников; реализация программ, способствующих формированию стабильного коллектива и продуктивных корпоративных взаимодействий.

Главное предназначение корпоративной культуры заключается в том, чтобы формировать нравственную культуру и ориентации, единые для персонала предприятия антикоррупционные нормы поведения, обеспечивающие моральный дух всех сотрудников и их чувство гордости по поводу принадлежности к предприятию. Это существенно для российских предприятий с государственным участием, функционирующих, с одной стороны, в условиях рынка, с другой – в условиях государственного регулирования.

Важнейшим признаком корпоративной культуры является то, что ее носителями являются сами сотрудники. Поэтому невозможно ее сформировать только формализацией и регламентами, как это часто предлагается на государственных предприятиях. Важно учитывать традиции и обычаи национальной культуры, ценности и принципы, стиль мышления, деятельности и способ принятия решений – все, что связано с ментальностью сотрудников предприятия.

Корпоративное развитие и его содержание строятся на основе нормативных представлений об организации процессов и включают следующие направления:

1. Аналитическое, связанное с проведением качественных и количественных исследований с целью анализа реального состояния корпоративной культуры предприятия, его репутации в глазах власти, СМИ, других предприятий и организаций, а также состоянием корпоративных отношений внутри самого предприятия, между персоналом, менеджерами и учредителями.

2. Методологическое, предполагающее разработку стратегии развития корпоративной культуры в увязке с вопросами стратегического развития предприятия.

3. Технологическое, призванное обеспечить реализацию проектов по развитию корпоративной культуры, консультационную работу для руководства предприятия по внешним связям (федеральные, региональные, городские структуры власти) и внутрикорпоративному развитию (выстраивание отношений с персоналом), разработку и сопровождение имиджевых проектов предприятия и его руководителей как основных носителей образа предприятия.

4. Исследовательское, включающее обобщение результатов деятельности, разработку инновационных технологий развития корпоративной культуры осуществляемое в рамках направления деятельности службы корпоративного развития.

С развитием рыночной экономики, с возросшей динамичностью и вариативностью управления делается акцент на разработку средств, позволяющих специалисту идентифицировать предприятие с декларируемыми им ценностями и на этом выстроить собственную идентичность. Идентификация, важная для поддержания культурного баланса организации, обеспечивается за счет целенаправленной работы с персоналом по выработке и присвоению единых целей его движения, единых норм корпоративной культуры, определяется политикой и поведением лидера. Для успешной идентификации важен корпоративный дух, ощущение силы и уверенности, всеяемой в людей самой организацией и ее руководителями.

Основой целостности любой социальной системы, в том числе корпоративной, является рефлексия. Поэтому стимулирование и поддержка корпоративной средой рефлексивного способа процесса идентификации, предполагающего активную мыслительную деятельность по анализу результа-

тов собственной профессиональной деятельности, его критическая реконструкция и выбор новой нормы поведения, приводящая к эффективной деятельности и обретению корпоративной идентичности, является ядром технологии администрирования.

Анкетный опрос показал низкий уровень корпоративной идентичности и высокую мотивационную готовность к изменениям на предприятии; стремление к командно-проектной деятельности с ориентацией на цель, командный стиль взаимодействия, партнерский принцип отношений, приоритет профессионализма; установка на прагматическую (43%), и традиционную (34%) нравственную культуру. Это свидетельствует о том, что у сотрудников формируется традиционно-прагматическая система нравственных ценностей, поэтому в процессе проектирования ядра корпоративной культуры, что соответствует специфике предприятия с госучастием.

Проведенное исследование позволило определить особенности формирования корпоративной культуры предприятия с госучастием, к которым относятся:

- разработка стратегии развития корпоративной культуры в увязке с вопросами стратегического развития предприятия и спецификой государственных задач;
- сочетание вертикальной и командно-проектной культур управления;
- интеграция традиционной и прагматической типов нравственных культур;
- выработка корпоративной идентичности персонала на основе ценностей: командный стиль взаимодействия, партнерский принцип отношений, приоритет профессионализма.

Практический результат исследования выражается в разработке программы формирования корпоративной культуры предприятия с государственным участием для его оптимального развития, идентификации с ведущими предприятиями в данной сфере и усиление лидерской позиции. Программа основана на принципах системности, целостности, концептуальности, деятельностного подхода (культура разрабатывается, внедряется и рефлексруется самими сотрудниками предприятия, что обеспечивает высокий уровень корпоративной идентичности). Определено содержание и этапы программы: аналитический, организационно-деятельностный, информационно-персонологический, рефлексивно-коррекционный.

Таким образом, предприятия с государственным участием, составляющие большую долю в структуре экономики нашей страны, должны сочетать лучшие черты государственного и частного предприятий и поддерживаться эффективными технологиями администрирования.

### Список литературы

1. *Виханский О.С.* Стратегическое управление: Учебник. – М.: Гардарики, 1998. – 296 с.
2. *Виханский О. С., Наумов А. И.* Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. – М.: МГУ, 1995. – 415 с.
3. *Имиджелогия.* Как нравятся людям: Учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. /Под ред. В.М.Шепеля, В.А.Метаевой / ГОУ ВПО «Рос. проф.-пед. ун-т». Екатеринбург, 2007. – 318 с.
4. *Крылов А. Н.* Корпоративная идентичность для менеджеров и маркетологов. М.: Издательство Икар, 2-е изд. 2004. – 222 с.
5. *Лиферов А.П.* Корпоративное образование и управление человеческими ресурсами в различных деловых культурах. МПСИ. М.: Изд-во РАО, 2010. – 302 с.
6. *Франц А.С.* Российская корпоративная культура, Екатеринбург, изд-во Урал. гос. университет – 2001. – 276 с.
7. *Черных Е. А.* Организационная культура предприятия в системе управления персоналом: диссертация к. э. н. — МГУ, 2006. – 212 с.
8. *Чупина В.А., Феденев А.А.* О формировании корпоративной культуры работников предприятия информационно-издательского профиля // Достойный труд – основа стабильного общества: сб. ст. VIII Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 31 октября – 3 ноября 2016 г.) / [отв. за вып.: И. А. Кулькова, А. Ю. Коковихин, Е. Б. Дворякина]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. – 290 с. С. 271–276.
9. *Шейн Э. Х.* Организационная культура и лидерство. — СПб.: Питер, 2002. — 31 с.
10. *Щербина С. В.* Организационная культура как фактор перехода к рыночной экономике: дисс. к. э. н. — МГУ, 1999. – 146 с.

УДК 377.018.46:[331.101.3:316.752]

**М.С.Широкова**

**M. S. Shirokova**

*ФГАУ ВО « Российский государственный профессионально-педагогический университет», г. Екатеринбург*

*Russian State Vocational Pedagogical University, Ekaterinburg*

*marina\_shirokova@list.ru*

### **ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ КАК МОТИВАЦИОННАЯ ОСНОВА НЕПРЕРЫВНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

### **THE VOCATIONAL VALUES AS MOTIVATION BASIS OF CONTINUOUS PROFESSIONAL EDUCATION**

**Аннотация.** В статье рассматривается роль профессиональных ценностей в процессе непрерывного профессионального образования.

**Abstract.** In article described the contribution of vocational values in the continuous professional education.

**Ключевые слова:** образование, профессиональное образование, ценности, профессиональные ценности, человеческий капитал, непрерывное образование.

**Keywords:** education, vocational education, values, vocational values, human capital, continuous education.