

**Усанов Г. И., Финогеев М. А.**  
**G. I. Usanov, M. A. Finogeev**

## **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ БИЗНЕСА**

## **METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF THE DEVELOPMENT OF BUSINESS ORGANIZATIONAL CULTURE**

**Усанов Геннадий Иванович** – доктор экономических наук, профессор кафедры «Менеджмент, маркетинг и государственное управление» Комсомольского-на-Амуре государственного университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре). E-mail: usanov\_g@mail.ru.

**Gennady I. Usanov** – Doctor of Economics, Professor, «Management, Marketing and Public Administration» Department, Komsomolsk-na-Amure State University (Russia, Komsomolsk-on-Amur). E-mail: usanov\_g@mail.ru.

**Финогеев Марк Александрович** – магистрант Комсомольского-на-Амуре государственного университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре). E-mail: markfinogeev@mail.ru.

**Mark A. Finogeev** – Master's Degree Student, Komsomolsk-na-Amure State University (Russia, Komsomolsk-on-Amur). E-mail: markfinogeev@mail.ru.

**Аннотация.** В данной работе рассматриваются история становления и эволюция понятия «организационная культура» как научной категории в менеджменте. Данный термин впервые зародился примерно 100 лет назад. Сегодня это понятие представляет собой динамично-развивающийся предмет изучения в менеджменте как концептуальная основа методов совершенствования любого бизнеса. При этом методология его использования постоянно расширяется и пополняется в соответствии с различными концептуальными подходами. В работе предлагается ввести в научный оборот новое понятие научной категории «организационная культура» и его определение, в большей степени соответствующее функционированию бизнеса в современных условиях динамичного внешнего окружения и высококонкурентного рынка.

**Summary.** This paper examines the history and evolution of the concept of «organizational culture» as a scientific category in management. This term first originated about 100 years ago. Today this notion is a dynamically developing subject of study in management as a conceptual basis of methods to improve any business. Moreover, the methodology of its usage is widening all the time and is being developed according to different conceptual approaches. In this paper, we propose to introduce a new concept of scientific category «organizational culture» and its definition, more consistent with the functioning of business in today's dynamic external environment and highly competitive market.

**Ключевые слова:** организационная культура бизнеса, эволюция методологии становления и развития.

**Key words:** organizational culture of business, evolution of formation and development methodology.

УДК 304.2

Понятие «культура» интегрировано во все сферы человеческой деятельности. На основании рассмотрения различных культурных артефактов, письменностей, обрядов и обычаев, принципов коммуникаций в социуме мы можем делать выводы о той или иной степени развития общества в определённый период времени. То есть культура является индикатором для анализа этапов эволюции человечества. В данной работе культура рассматривается как предмет исследований в науке управления, который оказывает значительное влияние на эффективность предпринимательской деятельности. Уровень «организационной культуры», являясь интегральным индикатором, позволяет прогнозировать реальные возможности любого бизнеса в современных экономических условиях, а также определить направления совершенствования и развития предпринимательской структуры в будущем.

Несмотря на то что с начала экономических реформ в России прошло более 30 лет, существенные достижения в сфере предпринимательства наблюдаются весьма редко. Причин, объясняющих эту ситуацию, довольно много, но одной из главных, по нашему мнению, является низкий уровень организационной культуры бизнеса. Последнее предопределяет актуальность и практическую полезность настоящего исследования.

Всякое научное исследование начинается с формирования понятийного аппарата, поэтому в начале работы проведём уточнение понятия «организационная культура» как научной категории. Причём уточнение понятия «организационная культура» представляет собой не просто научный интерес исследователя. От того, какой смысл закладывается в это понятие, какие критерии и оценки принимаются за основу, зависят как направления, так и содержание исследования, а также его взаимосвязь с общей методологией менеджмента как науки.

Как известно, понятия – это основа системы знаний, связанная с обобщением предметов и явлений вербальными средствами общения. Понятия, суждения и умозаключения являются основой абстрагирующего мышления, в результате которого появляются новые знания и научные представления о явлениях и процессах, их свойствах и проявлениях. Поэтому попробуем проанализировать философский смысл научной категории «организационная культура» с использованием методологии науки управления и её инструментария – совокупности познавательных средств, методов и приёмов.

Анализ научной литературы и периодических изданий показывает, что у учёных и действующих практиков отсутствует единство мнений в толковании данного термина. По-видимому, наличие значительного множества подходов авторов определено философской сущностью этого неосязаемого объекта и различиями в целях исследований. Культуру рассматривают с той стороны, которая соответствует задачам научно-исследовательской работы. Большинство исследователей в своей сфере и/или отрасли деятельности трактует определение культуры в своей интерпретации.

В социальных науках научная категория «культура» охватывает социальную сферу жизни людей и рассматривается в качестве совокупности принципов, идей и социальных институтов, формирующих функционирование жизнедеятельности общества [4].

В философской науке понятие «культура» (от лат. *cultura* – возделывание, воспитание, почитание) анализируется как уникальный способ развития и организации жизнедеятельности человека, выраженный в продуктах духовного и материального труда, в рамках общественных норм и учреждений, в отношении социума к природе, к самим себе и к другим обществам.

История становления этого термина в управленческих науках, а также анализ современной научной литературы и периодических изданий менеджмента позволяют сделать вывод, что понятие «организационная культура бизнеса» – достаточно молодая и не в полной мере исследованная область знаний. Сегодня это понятие представляет собой динамично развивающийся предмет изучения в менеджменте как концептуальной основе методов совершенствования любого бизнеса. При этом методология его использования постоянно расширяется и пополняется в соответствии с различными концептуальными подходами. Авторская трактовка эволюции научной категории «организационная культура бизнеса» начиная со времён промышленной революции и по настоящее время приведена нами на рис. 1.

Родоначальником феномена организационной культуры принято считать знаменитого советского учёного А. К. Гастева, который являлся руководителем Центрального института научной организации труда при ВЦСПС СССР. Именно он в двадцатые годы прошлого века утверждал, что «культура производительности человека является предпосылкой его трудовой культуры» [3].

Однако, справедливости ради, пальму первенства следует отдать Ф. У. Тейлору, который ещё в 1911 году опубликовал результаты своих многолетних исследований в работе «Принципы научного управления». Его друг и последователь Г. Эмерсон в 1912 году опубликовал работу «Двенадцать принципов производительности». Они и их последователи в лице Г. Ганта, Фрэнка и Лилиан Гилбрет и других занимались поиском оптимальных способов выполнения любой работы путём устранения лишних движений. Помимо этого, они вслед за А. Файоном и М. Вэбером, оп-

тимизируя производственные и управленческие процессы, заложили методологические основы понятия организационной культуры в части рациональной организации процессов производства, т. е. производственной культуры.

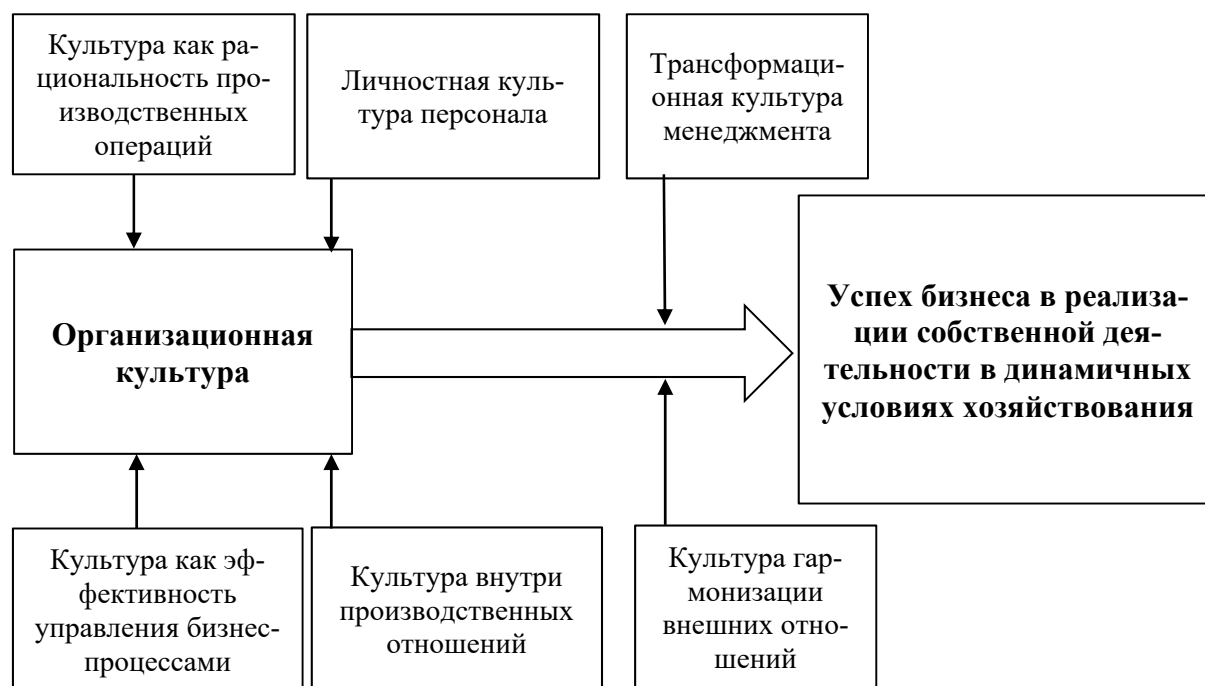


Рис. 1. Эволюция научной категории «организационная культура» в менеджменте и её структурные составляющие

Производственная культура любого бизнеса в первую очередь определяется степенью прогрессивности технологии и средств производства, применяемых для преобразования сырья в продукт, а также эффективностью выполнения управленческих функций планирования, организации, учёта, регулирования и стимулирования.

Таким образом, начавшись в конце XIX века с научной организации труда и процессов управления производством, изучение организационной культуры бизнеса в начале XX века перешло в плоскость социальных внутрипроизводственных отношений. При этом число факторов, определяющих уровень организационной культуры предпринимательской структуры, возросло многократно. В их числе в первую очередь личностные характеристики персонала: профессиональная квалификация, модели поведения работников, их ценностные ориентации, обычаи, нравы и ожидания.

Помимо этого, необходимость преодоления антагонизма между классами владельцев средств производства и наёмных работников, менеджерами и рядовыми работниками, создание благоприятного социально-психологического климата в коллективе потребовало гармонизации изменений в социальной культуре внутрипроизводственных отношений.

Буквально через несколько лет после А. К. Гастева американский социолог и психолог Э. Мэйо, анализируя результаты Хоторнского эксперимента, пришёл к выводу о существовании социальных факторов, в значительной степени влияющих на производительность как индивидуального, так и коллективного труда. Одним из основных результатов деятельности Э. Мэйо является идея о необходимости формирования и развития «чувства групповой сопричастности». Этот момент можно выделить в качестве первого импульса к проявлению интереса предпринимателей в изучении и исследовании социальной культуры организации.

Так, с конца 1930 года в основном труде Ч. Барнарда и Г. Саймона появляется понятие «организационная мораль», которое как раз отражает основные моменты концептуального и теорети-

ческого осмысления социальной культуры организации. Затем в 1949-1950 годах коллектив американских учёных посредством изучения японских практик ведения бизнеса доказывает высокую эффективность философии «менеджмента сотрудничества», компоненты которой были разработаны и описаны Уильямом Демингом.

Ориентировочно в это же время в крупных и средних организациях Канады и США проводится эмпирическое изучение влияния социальной культуры организации на результативность трудовых коллективов. Этими исследованиями занимался американский учёный Мэтт Далтон. Он изучал естественное формирование культуры и различных субкультур в компаниях исходя из существующих потребностей человека. Результаты его работы были зафиксированы в книге «Человек, который управляет» [12].

Параллельно с Далтоном, но независимо от него, научный коллектив английских социологов Тавитстокского института проводит исследования, направленные на выявление и описание организаций как культурных систем. В результате было доказано существование некой субстанциональной сущности, которая влияет на поведение и мотивацию сотрудников в рамках хозяйствующего субъекта [2].

Резюмируя перечисленное, можно сделать вывод, что понятие «организационная культура» изначально затрагивало лишь взаимоотношения с персоналом. Так McLean A. и Marshall J. научную категорию «организационная культура» определяют как совокупность ценностей, традиций, установок, отношений и убеждений, формирующих отношение членов трудового коллектива к работе и своей деятельности в рамках хозяйствующего субъекта [11].

В последнее время понятие «организационная культура» было распространено ещё и на поведение организации во внешней среде (см. рис. 1). В конце 1960-х годов в США начинают активно публиковаться различные труды, связанные с рассмотрением отдельных компонентов внешних проявлений организационной культуры. Например, Х. Трайса и Д. Хэмптон рассматривали внешние проявления культуры организаций: различные обряды, традиции, ритуалы. Учёные старались показать прямую зависимость успешного функционирования хозяйствующего субъекта от его организационной культуры.

Уже в 1980-х годах такие американские исследователи, как Т. Дил и А. Кеннеди, У. Оуч, Р. Уотермен-мл. и Т. Питерс, отождествляют внутреннюю идеологию организации с наличием конкурентных преимуществ. Впоследствии это привело ведущих управленцев того времени к началу изучения проблем культуры организации труда.

В это же время в передовых развитых странах, согласно исследованию 1984 года института Бателле, из управленческой мысли постепенно исключаются такие устоявшиеся культурологические ценности, как «централизация, послушание, дисциплина, достижения, иерархия, карьера, власть, достаточность». Данные компоненты сменяются на «коллектив, самоопределение, раскрытие личности, участие, ориентирование на потребности, способность идти на компромиссы, творчество, децентрализация». Стоит отметить, что в России даже на сегодняшний день большинство хозяйствующих субъектов в своей структуре имеют устаревшие (малоэффективные) компоненты организационной культуры [1, 9].

Эти новые ценности создали условия для формирования новой методологической базы эффективного менеджмента и способствовали расширению понятия организационной культуры посредством включения новых, ранее не учитываемых характеристик. По этой причине в середине 80-х годов публикуются более серьёзные и детальные научные труды, связанные с описанием организационной культуры.

Культура организации представляет собой достаточно сложную систему, которая включает в себя знания теоретического и практического характера из психологии, социологии, менеджмента и ряда других областей наук. Новый подход более точно начал описывать американский социолог Толкотт Парсонс. Он указывает на существование «культурной системы, представляющей собой символически организованные образцы, основанные на способности человека говорить и передавать опыт негенетическим путём» [4].

Отличительной особенностью таких систем является то, что они создаются не одним человеком, а целым коллективом, поэтому их понимание на индивидуальном уровне невозможно. Даже сам владелец организации, где функционирует та или иная организационная культура, не способен описать принципы её формирования в коллективах. Это стихийно формирующаяся сущность, на которую влияют и национальная, и политическая, и религиозная и многие другие типы культур.

Теория Т. Парсонса для менеджеров-практиков оказалась слишком сложной для восприятия, поэтому Эдгард Шейн выпустил наиболее популярную методологическую работу по использованию ресурсов организационной культуры – «Организационная культура и лидерство» [11]. Именно этот труд способствовал концентрации внимания различных управленцев на культуру своих хозяйствующих субъектов.

Любая предпринимательская структура является носителем собственной «культуры», также как человек является носителем свойственного ему характера. Наиболее важный момент, который касается культуры организации: люди смогут успешнее работать в организации и даже предсказывать её поведение, если они поймут, какие факторы формируют её культуру [10].

В качестве компонентов организационной культуры в части производственных отношений принято выделять следующие:

1. стили управления и стили поведения, которые присущи и руководству, и персоналу хозяйствующего субъекта;
2. мировоззрение, формирующее поведенческие реакции сотрудников (система взглядов в коллективе о внутренней и внешней среде);
3. корпоративные ценности, которые связывают организационную культуру и внутренние устои работников (преимущественно цели и миссия организации, то, ради чего сотрудник работает с полной отдачей);
4. социально-психологический климат коллектива (общий настрой коллектива на дальнейшую совместную деятельность);
5. социальные нормы, провозглашаемые руководством организации (совокупность неофициальных и официальных требований, которые предъявляются предпринимательской структурой по отношению к персоналу). Приобщение к этим нормам происходит в рамках процесса социализации нового работника в текущем коллективе.

При исследовании организационной культуры также стоит учитывать и внешние условия, влияющие на её формирование:

- национальную культуру, те внутренние культурные понятия о предпринимательстве, определяющие пространство для маневрирования (на что ориентирован бизнес в первую очередь: на некую социальную ответственность или собственную прибыль);
- политическую культуру внутри национальной культуры (существующий политический строй, форма правления);
- культурные компоненты, которые вносят «варяги» – нанятые профессионалы с более развитых стран или компаний [7].

Также культурный характер обуславливает и сам рынок, на котором функционирует и развивается хозяйствующий субъект.

В 2000-х годах в своём труде «Стратегическое сафари» Генри Минцберг в соавторстве с коллегами выделил в стратегическом менеджменте 10 технологий разработки стратегий бизнеса, назвав их стратегическими школами. Одной из них является «школа культуры», где он описал ключевые компоненты, достоинства, недостатки и основное место рассматриваемой научной категории в стратегическом менеджменте [5]. Приведём основные постулаты школы культуры.

1. Формирование стратегии – процесс коллективной деятельности, основанный на общих убеждениях и общем понимании текущего положения дел сотрудниками.

2. Культура и присущая ей идеология ориентированы в большей степени не на стратегические изменения, а нацелены на сохранение существующей стратегии.

3. Внутренние устои сотрудника представляют собой результат процессов приобщения к организационной культуре или социализации.

4. Члены организации способны лишь отчасти охарактеризовать убеждения, на которых базируется их культура, в то время как её источники и объяснения могут оставаться для них малопонятными.

5. Стратегия представляет собой образ будущей перспективы, питающейся устоявшимися в коллективах стремлениями.

Реализуя основные положения школ «культуры», «внешней среды» и «трансформаций и конфигураций» стратегического менеджмента применительно к предмету нашего исследования, мы предлагаем ввести в научный оборот новое понятие научной категории «организационная культура» и его определение, в большей степени соответствующее функционированию бизнеса в современных условиях динамичного внешнего окружения и высококонкурентного рынка.

Организационная культура бизнеса, по нашему мнению, это способность предпринимательской структуры в условиях динамичного окружения использовать имеющиеся ресурсы с целью производства товаров, услуг и получения максимального дохода посредством своевременных, системных и адекватных трансформаций бизнеса на базе последних достижений теории и методологии управленческих наук.

Действительно, в современной экономике нарастают процессы глобализации, сопровождающиеся усилением конкуренции не только внутренних, но и внешних товаропроизводителей. Резко возросла подвижность среды функционирования бизнеса. Возникают как новые потребности, так и новые знания и способы удовлетворения этих потребностей. Сокращается продолжительность жизненного цикла товаров, услуг и технологий. Одновременно возрастает международная интернационализация хозяйственной деятельности и усиливается влияние управленческих структур иерархически вышестоящих экономических систем. При этом с каждым годом возрастают темпы изменений внешнего окружения бизнеса [9].

Компании, неспособные быстро адаптироваться к изменениям рыночной конъюнктуры, первыми покидают рынок. Потребитель с каждым годом всё быстрее усваивает всё большее количество информации о свойствах продуктов и изменяет свои потребительские предпочтения. Быстрорастущие перспективные рынки «пионерных» продуктов всё быстрее неизбежно входят в состояние стагнации. Единственным выходом бизнеса в условиях современной глобализации и цифровизации хозяйственной деятельности является его трансформация с целью сохранения своей жизнедеятельности.

На основании изложенных результатов первоначального этапа исследования можно сделать следующие выводы и заключения. Современная организационная культура предпринимательской структуры является непременным атрибутом эффективного бизнеса. Организационная культура – это весьма многоуровневое, многогранное и динамичное понятие, содержание которого имеет тенденцию к изменению в процессе эволюции производственных отношений в обществе. Интерес учёных и практиков разных стран к изучению и исследованию организационной культуры бизнеса обусловлен возможностью при относительно низких затратах обеспечить сильные конкурентные преимущества и повысить эффективность функционирования субъекта хозяйствования. Организационная культура как трудно осязаемая характеристика бизнеса является главным компонентом его способности к адаптации в динамично изменяющейся внешней среде.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Бодрова, М. И. Развитие организационной культуры на предприятиях в Российской Федерации – драйвер роста экономики страны / М. И. Бодрова, Н. Г. Кизян // Российское предпринимательство. – 2019. – Т. 20. – № 1. – С. 341-356.
2. Бурганова, Л. А. Элтон Мэйо: теоретик и практик управления: моногр. / Л. А. Бурганова, Е. Г. Савкина. – М.: Инфра-М, 2012. – 110 с.
3. Гастев, А. К. Как надо работать. Практическое введение в науку организации труда / А. К. Гастев – М.: Экономика, 1972. – 279 с.

4. Доброхотов, А. Л. Философия культуры / А. Л. Доброхотов. – М.: Высшая Школа Экономики (Государственный Университет), 2016. – 560 с.
5. Минцберг, Г. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел; под общ. ред. Ю. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2002. – 330 с.
6. Оучи, У. Г. Методы организации производства: японский и американский подходы / У. Г. Оучи. – М.: Экономика, 1984. – 183 с.
7. Питерс, Т. Дж. В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний Америки / Томас Дж. Питерс, Роберт Х. Уотерман-мл.; [пер. с англ. В. В. Кулебы, О. Л. Пелявского; под ред. М. С. Иванова, Д. А. Кудеркина]. – М.: Вильямс, 2005. – 558 с.
8. Родин, О. А. Концепция организационной культуры: происхождение и сущность / О. А. Родин // Менеджмент. – 1998. – № 7. – С. 69.
9. Усанов, И. Г. Трансформационные императивы современного менеджмента / И. Г. Усанов, Г. И. Усанов // Учёные записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. Науки о человеке, обществе и культуре. – 2022. – № IV-2 (60). – С. 121-126.
10. Финогеев, М. А. Комплексный подход к управлению организационной культурой / М. А. Финогеев, А. Р. Куделько // Управление инновациями в условиях цифровой трансформации: материалы Всероссийской студенческой учебно-научной конференции, Санкт-Петербург, 22-23 апреля 2022 года. – СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2022. – С. 187-192.
11. Шейн, Э. Х. Организационная культура и лидерство / Э. Х. Шейн; пер. с англ.; под ред. В. А. Спивака. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.
12. Dalton, M. Man Who Manage / M. Dalton. – N.Y., Wiley, 1959. – 318 p.
13. McLean, A., Marshall, J. Intervening in cultures, working paper / A. McLean, J. Marshall. – University of Bath, 1993. – 25 p.