



УДК 378.4:005.73-057.17

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ ЛИЧНОСТИ МЕНЕДЖЕРА

В. В. Шаполова

*Национальный
технический
университет
«Харьковский
политехнический
институт»*

*e-mail:
viktoriya-shapolova@mail.ru*

Статья посвящена исследованию понятия корпоративной культуры в контексте становления личности менеджера как профессионала, которая является фактором его социальной адаптации. Проведен анализ личностных качеств, необходимых для конкурентоспособности менеджера. Проведено анкетирование, где показано отличие между позицией женщин и мужчин. Описана взаимосвязь адаптации, личностных качеств и корпоративной культуры менеджера.

Ключевые слова: корпоративная культура, менеджер, социальная адаптация, личностные качества, профессионализм.

В XXI веке осуществляется непрерывная динамическая трансформация общества в целом и образования в частности. Именно поэтому очень важен процесс влияния культуры на все сферы жизнедеятельности. Культура – это показатель благосостояния нации. Она выступает в качестве одного из значимых компонентов для устойчивого развития страны, ее экономического и социального развития, инициирует процесс рефлексии и усвоения ценностей. [1] Деятельность социальной общности и ее ценности взаимосвязаны и детерминируют друг друга. На приоритетные позиции выдвигаются ценности повышения роли знания, информации и их носителя – человека, самовыражение личности, социальное партнерство между основными социальными силами – организациями и общественностью. Именно поэтому адаптация важная составляющая компетентности и культуры специалиста-менеджера.

В числе авторов, внесших вклад в изучение корпоративной культуры, необходимо назвать зарубежных и отечественных исследователей: В. Н. Давыдова, А. Н. Занковского, Т. И. Заславскую, Г. П. Зинченко, С. В. Иванову, Р. Куинна, Э. А. Капитонова, А. Э. Капитонова, Т. Питерса, А. И. Пригожина, Н. Н. Пусенкову, С. П. Роббинса, Т. Робертса, Ф. Харриса, Г. Хофстеде, Е. А. Черных, Е. А. Чернышева, А. Ю. Чернышова, Н. И. Шаталову, Е. Шейна, П. Н. Шихирева, В. В. Щербину, С. В. Щербину.

Важную роль в анализе процессов социальной адаптации сыграли труды отечественных и зарубежных социологов, а также специалистов по общей и социальной психологии: К. А. Альбухановой-Славской, Г. М. Андреевой, М. М. Бахтина, Л. И. Божовича, П. Бурдьё, Л. С. Выготского, Э. Гидденса, И. С. Кона, П. С. Кузнецова, А. Н. Леонтьева, Д. Мида, С. Л. Рубинштейна, Г. Спенсера, Б. Д. Эльконина, Г. Н. Юлиной, Е. П. Яковлевой и других.

Однако среди изученных работ мало внимания уделено вопросам корпоративной культуры как важного фактора адаптации менеджеров, что и является предметом нашего исследования.

В мире современного бизнеса корпоративная культура выступает той средой, в которой осуществляется попытка производства различных смыслов и систем ценностей, значимый социокультурный феномен.

Средовой фон, задаваемый корпоративной культурой, не ограничивает полностью человека. Субъект сам входит в такую среду, которая уже смоделирована и задана, в которой нет необходимости что-то менять, отчасти это рафинированная среда, требующая от человека соответствия. Степень адаптированности зависит от того, насколько личность готова отказаться от персональных интересов и предпочтений в пользу корпоративных, насколько субъект готов соответствовать им. Это и является



условием продвижения и гармоничного включения в корпоративную общность, на чем и строятся происходящие в ней коллективные процессы.

Формально, *корпоративная культура* – это набор основных предписаний и правил деятельности коллектива, где работает менеджер, генетически связанных с его стратегией экономического развития и социальной миссией, что находит свое выражение в совокупности разделяемых большинством сотрудников ценностей и норм поведения. Общие корпоративные ценности – это то, что соединяет организацию в целое; они являются своего рода коллективным лицом компании и составляют содержание *корпоративного суперорганизма* [3; 4; 11].

Существует еще несколько определений понятия «корпоративной культуры» (см. Осейко Н, 2009):

– это набор разделяемых ценностей, норм и практик, отличающий одну организацию от другой (Higgins, McAllister, 2006);

– убеждения, нормы поведения, установки и ценности, которые являются не писанными правилами, определяющими как должны работать и вести себя люди в данной организации (Schein, 1996).

Культура компании формируется под сильным влиянием ее основателей, а затем – его руководителей. Исследования корпоративной культуры (как явления) в мировой теории и практике управления стали развиваться в рамках гуманистического подхода к организации и управлению людьми в ней, где основным заданием управления считается адаптация организации к внешней среде и ее последующее изменение с помощью развития корпоративной культуры, которая помогает влиять на деятельность организации через установленные ценности, нормы, традиции, язык и тому подобное; вооружает руководителей специальной системой понятий, которая, делает ежедневное управление процессом осмысленным. Представители руководящего состава и топ-менеджеры большинства корпоративных объединений образуют индивидуальное и коллективное психическое образование, которое транслируется через индивидуальное поведение и мировоззрение субъекта, выступает основанием для развития культурных концептов позволяющих «встроиться» человеку в культурный универсум сообщества, государства или всего человечества [7; 8].

Корпоративная культура может быть интерпретирована как *способ контроля над поведением подчиненных для достижения корпоративной цели, соответствующей редуцитивно-утилитарным задачам общественного производства и потребления.*

В целом, корпоративная культура выражает некий набор ценностей и смыслов, основная задача которых заключается в стимулировании сотрудников к большим достижениям. Этот стимулирующий смысл они должны транслировать потребителям услуг, товаров, идей или образов, производством которых занимается данная компания. Очевидно, что стимулирующие смыслы и ценности не имеют ничего общего с теми экзистенциальными ценностями и смыслами, которые способен пережить каждый человек в ходе осмысления перспектив собственной жизни. Чтобы как-то привнести смысл в корпоративную культуру сотрудников менеджер вдохновляет и подбадривает, подталкивая к «великим свершениям», как правило, не соответствующим антропологическим задачам самого человека, с его собственными планами на свою жизнь.

Мы склонны понимать под термином корпоративной культуры сложную всеобъемлющую систему, функционирующую в производственном пространстве, что включает общепринятые ценности, нормы, правила, традиции, обычаи, язык, артефакты, деятельность организации, соответствующие человеческие ресурсы и корпоративные коммуникации.

Корпоративная культура, инициируя взаимодействие между социальной общностью (организацией) и новым сотрудником, направленное на освоение им ценностей организации, является функционально адаптивной средой [1; 9; 10].



Специфика корпоративной культуры проявляется через адаптационные свойства, которыми обладает каждая из ее функций: коммуникативная, ценностнообразующая, инновационная, деятельностная, персонифицирующая, познавательная, мотивирующая, мобилизационная, нормативно-регулирующая, стабилизирующая, интегративная.

Следовательно, адаптационный механизм является одной из главных составляющих изучаемого понятия.

Особый интерес к адаптивной функции корпоративной культуры вызван тем, что сквозь призму именно этой функции можно рассмотреть в целом ее влияние на изменение ситуации в организации. Проблемы адаптации исследуются в разрезе влияния социальной среды на поведение людей в социальных общностях и в межличностных коммуникациях.

Адаптивная функция корпоративной культуры логически выводится из понимания процесса адаптации. Она происходит при взаимодействии личности, социальной группы и социальной среды. Социальной средой для нового работника является организация и ее корпоративная культура.

Адаптивная функция корпоративной культуры конкретизируется через ценности, нормы, правила и т.д. и наиболее значима среди прочих ее функций (деятельностной, конструктивистской, персонифицирующей, духовного развития личности, мотивирующей, мобилизационной, коммуникативной, ценностнообразующей). Это происходит потому, что именно ее реализация, в первую очередь, способствует адаптации сотрудников.

В свою очередь адаптация любого специалиста, в том числе и менеджера, является одной из главных составляющих личности конкурентоспособного профессионала.

Профессор И. С. Завадский [2] дает следующее определение понятию менеджера: «менеджер» – это руководитель (директор, администратор), который имеет специальное управленческое образование и отвечает за разработку и принятие решений по поводу организационных вопросов менеджмента. В отличие от контролирующих органов, специалисты по управлению всегда наделяются исполнительной властью и полностью отвечают за возглавляемый участок работы. Менеджер не только имеет специальную подготовку, профессионализм специалиста заключается в знаниях и умениях в сфере менеджмента, маркетинга, организации производства, способности в работе с людьми в условиях конкурентной среды.

Некоторые исследователи выделяют следующие личностные характеристики менеджеров:

- доминантность, как стремление влиять на подчинённых, при этом влияние руководителя,
- уверенность в себе, дающая подчинённым основу для чувства стабильности, а другим руководителям – основу для делового сотрудничества;
- эмоциональная уравновешенность, контроль своих эмоциональных проявлений, адекватность проявляемых эмоций;
- стрессоустойчивость;
- креативность, способность к творческому решению задач, что особенно важно для инновационной деятельности;
- стремление к достижению, предполагает принятие на себя ответственности в решении проблемы, стремление к умеренному, предсказуемому риску, потребность в конкретной обратной связи;
- предприимчивость;
- ответственность, включающая в себя с одной стороны верность договорённостям, с другой – высокое качество производимой продукции;
- надёжность в выполнении задания;



- независимость, своя точка зрения, своё профессиональное и человеческое лицо;
- общительность, одна из наиболее важных характеристик успешности, так как руководитель около трёх четвертей своего рабочего времени посвящает именно общению.
- способность быстро вливаться в коллектив и профессиональную среду.

Названные выше черты личности эффективного руководителя Р. Л. Кричевский дополняет следующими менеджерскими характеристиками:

1. Широта взглядов, глобальный подход;
2. Долгосрочное предвидение и гибкость;
3. Энергичная инициативность и решительность, в том числе в условиях риска;
4. Упорная работа и непрерывная учёба;
5. Умение чётко формулировать цели и установки, готовность выслушивать мнение других;
6. Беспристрастность, бескорыстие и лояльность;
7. Способность полностью использовать возможности сотрудников с помощью правильной расстановки и справедливых санкций;
8. Личное обаяние;
9. Способность создавать коллектив и гармоничную атмосферу в нём;
10. Здоровье.

В связи с необходимостью выделить превалирующие личностные качества менеджеров в современном обществе нами было проведено анкетирование среди студентов-менеджеров НТУ «ХПИ», а также молодых специалистов, только что окончивших обучение. По результатам было составлено таблицу (табл. 1) градации личностных качеств отдельно женщин и мужчин.

Таблица 1

**Показатели субъективной значимости качеств,
необходимых менеджерам**

Качества менеджеров	Женщины (% доля)	Мужчины (% доля)	Значение φ критерия	Значимость/ незначимость*
Коммуникабельность	90	30	2,99	$p \leq 0.01^*$
Целеустремленность	99,9	99,9	-	-
Ответственность за принятое решение	80	0	4,95	$p \leq 0.01^*$
Уверенность в себе	30	50	1,146	-
Трудолюбие	60	50	0,45	-
Рассудительность	10	60	2,53	$p \leq 0.01^*$
Решительность	80	90	0,63	-
Терпеливость	10	90	4,15	$p \leq 0.01^*$
Выносливость	0	70	4,44	$p \leq 0.01^*$

* – $p \leq 0.05$ – степень достоверности по критерию Фишера.

Анализ полученных результатов позволяет сделать вывод, что для женщин-менеджеров наиболее значимым качеством является коммуникабельность – способность человека в разных ситуациях и с разными людьми поддерживать интересный разговор, который направлен на решение деловых вопросов, а также ответственность за принятие решения.

В свою очередь для мужчины-менеджера наиболее значимыми является рассудительность, терпимость, выдержка. Все респонденты выделили такое качество как целеустремленность, уверенность в себе, трудолюбие и решительность.

Анкетирование помогло выявить и ряд качеств, которые мешают в работе менеджера. Результаты продемонстрированы в табл. 2.



Таблица 2

**Показатели субъектной значимости качеств,
которые мешают менеджерам**

Качества менеджеров	женщины (% доля)	Мужчины (% доля)	Значение φ критерия	Значимость/ незначимость*
Доброта	70	0	4,44	$p \leq 0.01^*$
Доверчивость	80	20	2,88	$p \leq 0.01^*$
Неорганизованность	30	80	2,57	$p \leq 0.01^*$
Эмоциональность	70	20	2,57	$p \leq 0.01^*$
Авторитаризм	10	0	1,44	-
Сочувствие	30	50	1,146	-
Лояльность	30	90	2,99	$p \leq 0.01^*$
Стеснительность	80	90	0,63	-

Как показывают результаты анализа для женщин-менеджеров нежелательными в работе качествами являются доброта, доверие, эмоциональность, которые не способствуют четкости принятия решений. К таким качествам некоторые респонденты относят и авторитаризм. Для мужчин-менеджеров нежелательными для работы качествами стали неорганизованность, лояльность, что свидетельствует о более жестком подходе к вопросам профессиональной деятельности. В свою очередь сочувствие и стеснительность выделили и те и другие опрошенные.

Результаты проведенного исследования напрямую указывают на необходимость качественного контакта в профессиональной среде. Выделенные респондентами личностные качества свидетельствуют о необходимости эффективного менеджмента адаптированного к социальной среде, имеющей определенные характеристики. Например возрастные, культурные, профессиональные особенности людей работающих в одном коллективе. Качества, занимающие приоритетное положение – коммуникабельность, целеустремленность, ответственность за принятое решение – являются неотъемлемыми компонентами как профессиональной компетентности так и процесса адаптации. В то время как качества, которые по мнению респондентов мешают работе менеджера, составляют ценностный компонент личности специалиста. Он также влияет на эффективное вхождение менеджера в профессиональную среду.

Процесс адаптации нового работника, с одной стороны, сугубо индивидуален и зависит от уровня его подготовленности к новым условиям: объема профессиональных знаний, практических навыков, имеющегося социального и профессионального опыта, психологических особенностей, коммуникабельности и т. п. С другой стороны, организация может активно влиять на адаптацию, разрабатывая целый спектр самых разнообразных адаптирующих мероприятий.

В связи с проведенным исследованием можно констатировать факт необходимости эффективной адаптации менеджеров в профессиональной сфере, что в свою очередь влечет за собой необходимость освоения этими специалистами специфики корпоративной культуры и ее формирования у них в процессе обучения в высших учебных заведениях. Поскольку менеджер является одной из ключевых профессий современной экономической сферы, то корпоративная культура – одной из необходимых частей его профессионализма, а значит и одним из факторов успешной адаптации к социальной среде. Все аспекты исследуемой проблемы не исчерпываются рамками одной статьи и требуют более глубокого изучения в дальнейшем.

Список литературы

1. Корпоративные видение, миссия и цели // http://www.cecsi.ru/coach/values_shared.html#Disney



2. Козаков В. А. Психологія діяльності та навчальний менеджмент: у 2 ч. – Козаков В. А. Психологія суб'єкта діяльності [підручник] – Ч. 1. – К.: КНЕУ, 1999. – 248 с.
3. Максименко С. Д. Загальна психологія: [навч. посіб.] – К.: МАУП, 2001. – 256 с.
4. Маслоу А. Мотивация и личность. – СПб.: Питер, 2008. – 352 с.
5. Осейко Н. Диагностика организационной культуры как инструмент управления изменениями, 2009 // <http://www.e-executive.ru/community/articles/1122152/>
6. Путь за пределы «эго»: Трансперсональная перспектива / Под ред. Р. Уолша и Ф. Воон. – М.: Открытый мир, 2006. – 392 с.
7. Теплов Б. М. Психология. – М.: Учпедгиз, 1954. – 254 с.
8. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек. – М.: АСТ, 2003. – 526 с.
9. Палеха Ю. І. Ключі до успіху, або Організаційна та управлінська культури. – К.: Вид-во Європ. Ун-ту фінансів, інформ. систем, менедж. і бізнесу, 2000. – 211 с.
10. Реформування державного управління в Україні: Проблеми і перспективи // Наук. кер. В. В. Цветков. – К.: Оріяни, 1998. – 228 с.
11. Хміль Ф. І. Менеджмент: Підручник. – К.: Вища школа, 1995. – 351 с.

CORPORATE CULTURE AS A FACTOR OF SOCIAL ADAPTATION OF THE MANAGER'S PERSONALITY

V. V. Shapolova

*National Technical
University
"Kharkov Polytechnic
Institute"*

*e-mail:
viktoriya-shapolova@mail.ru*

The article is devoted to the study of future engineers' motivational and value sphere and its correlation with the level of ability to self-development. The necessity of students' motivational structure transformation during their studies at the university is outlined. The research procedure and its results are described.

Keywords: motivational structure, valuables, personal and professional self-development, targeting.