

Семикина М.В.,
доктор экон. наук, профессор,
Беляк Т. А.,
аспирант
Кировоградский национальный технический университет
г. Кировоград, Украина

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРИОРИТЕТОВ РАБОТНИКОВ

Украина ныне переживает острый этап системного кризиса, который не может не отражаться на формировании и реализации приоритетных социальных потребностей работников, состоянии корпоративных ценностей предприятий. Если судьба мира и стабилизации ситуации в Украине зависит от заинтересованного взаимодействия политиков, то качественные сдвиги в формировании трудовых ценностей занятого населения, реализации приоритетных социальных потребностей во многом будут определяться способностью социальных партнеров вступать в социальный диалог, достигать компромиссов, руководствуясь ценностями корпоративной культуры.

Изучение опыта успешных компаний в странах развитой рыночной экономики убеждает в том, что поиск путей обеспечения экономического роста и адекватного социального развития должен опираться на сочетание принципов приоритетности социальных потребностей человека в сфере труда и корпоративных ценностей предприятий. Другими словами, формирование прогрессивной корпоративной культуры должно быть не только действенным средством эффективной деятельности, но и фактором достижения социального мира и благополучия. Однако в Украине все еще недооценивается значимость корпоративной культуры в таком понимании, о чем свидетельствуют социально-экономические реалии.

Среди современных исследователей социальных аспектов корпоративной культуры в Украине следует назвать Бандура С.И., Либанову Э.М., Заяц Т.А., Гришнову Е.А., Колота А.М., Петрову И.Л., Петюха В.Н. и др. Среди зарубежных публикаций на эту тематику известны работы С. Роббинса, Д.Жаффе и др. Вместе с тем, в литературе все еще нет однозначного мнения ученых относительно сущности корпоративной культуры, ее роли в реализации социальных приоритетов персонала.

Статья ставит целью углубить теоретические представления о роли корпоративной культуры в формировании социальных приоритетов работников предприятий, гармонизации социально-трудовых отношений.

Теоретический анализ свидетельствует, что корпоративную культуру часто отождествляют с организационной культурой. На наш взгляд, корпоративную культуру следует понимать как подсистему организационной культуры предприятия, которая отображает совокупность определенных ценностей, норм и моделей поведения, которые декларируются, разделяются и реализуются на практике руководителями предприятий и их подчиненными (персоналом),

доводя свою эффективность в процессе адаптации к потребностям внутреннего развития организации и требований внешней среды, обеспечивая позитивное влияние на качество человеческого капитала.

Обобщая сведения из разнообразных источников научной информации, отметим, что корпоративная культура служит специфической системой, для которой характерны: а) иерархия ценностей, доминирующих среди персонала организации; б) совокупность способов их реализации, которые преобладают на определенном этапе развития предприятия.

Считаем, что доминирующие ценности вместе с соответствующими методами их утверждения в своей совокупности всегда формируют определенную корпоративную культуру, которая дает или положительный (прогрессивный) или негативный (деструктивный) импульс социальному партнерству, экономическому развитию, непосредственно влияя на реализацию социальных приоритетов персонала предприятия.

Разумеется, понимание «прогрессивности» корпоративной культуры всегда относительно в рамках существования той или другой экономической системы, этапа экономического развития общества, состояния развития экономики. Однако представляется, что в таких оценках определяющим должен быть вывод о характере такой культуры в контексте содействия реализации целей социального развития конкретного трудового коллектива.

Важно учесть, что *характер* корпоративной культуры может быть принципиально разным как по содержанию, так и по результатам влияния на трудовую жизнь персонала, его деятельность, иерархию ценностей работников и предприятия, способов их реализации. Так, установление четких норм трудового поведения и корпоративных традиций, их реальное соблюдение в организации по вертикали и горизонтали управления дают основания говорить о существовании такого признака, как *стабильность* корпоративной культуры. В связи с этим интересную мысль высказывает С. Роббинс: по его мнению, стабильная позитивная корпоративная культура является тем "социальным клеем", который помогает удерживать целостность организации за счет приемлемых стандартов мышления и поведения, включая стандарты и приоритеты, к которым приближается организация, удовлетворяя социальные потребности работников [1, с. 248].

С другой стороны, отсутствие у руководителей и подчиненных четких ценностных ориентиров относительно приоритетных социальных потребностей и возможностей их удовлетворения часто порождает неприемлемые формы трудового поведения. Существование двойных стандартов в оценках одних и тех же нарушений режима труда, уравниловка в оценке трудового вклада, пренебрежение социальными потребностями, мотивами производительного труда, – свидетельствует о нестабильности корпоративной культуры, которая вряд ли становится полезной для человека и организации.

В контексте исследования понятие "социальные потребности работника" предложено понимать как совокупность потребностей, которые возникают и реализуются в процессе трудовой деятельности работника, выступают одновременно в качестве результата и предпосылки развития общественного

производства, побуждают к эффективному труду и образовательно-профессиональному саморазвитию. В кругу социальных потребностей каждого отдельного работника всегда существует несколько потребностей, которым он придает первоочередное значение, именно их правомерно относить к социальным приоритетам отдельного индивида. Социальные потребности работников зависят от уровня развития общества, экономики, культуры, специфических условий трудовой деятельности, особенностей менталитета, сложившихся в результате влияния географических, политических, культурных, исторических и прочих факторов.

Авторы придерживаются мысли, что вопрос социальных приоритетов для каждой конкретной личности, группы людей решается по-разному. В зависимости от возраста, образования, материального положения, привычек, традиций, наличия семьи и т.д. для разных работников приобретают разную значимость такие социальные потребности как рост дохода, комфортные условия труда, непрерывная учеба, психологический климат в коллективе, обеспечение лечения за счет предприятия и т.д. Для одного работника на конкретном этапе трудовой жизни важно заработать на еду, одежду, жилье, для другого – достичь социального признания, определенного статуса в обществе, для третьего – благодаря труду накопить средства и приобрести недвижимость для детей, для кого-то – первостепенное значение приобретает интересная работа, творчество, возможность реализовать свои способности, знания.

Кстати, социальный приоритет «ценность интересной работы, творчества» становится особо значимым в кампаниях, которые пытаются реализовать инновационную стратегию. Последнее положение иллюстрирует предложенная нами схема соотношения «пирамиды» социальных потребностей работников организации и «пирамиды» корпоративных ценностей (см. рис.1).

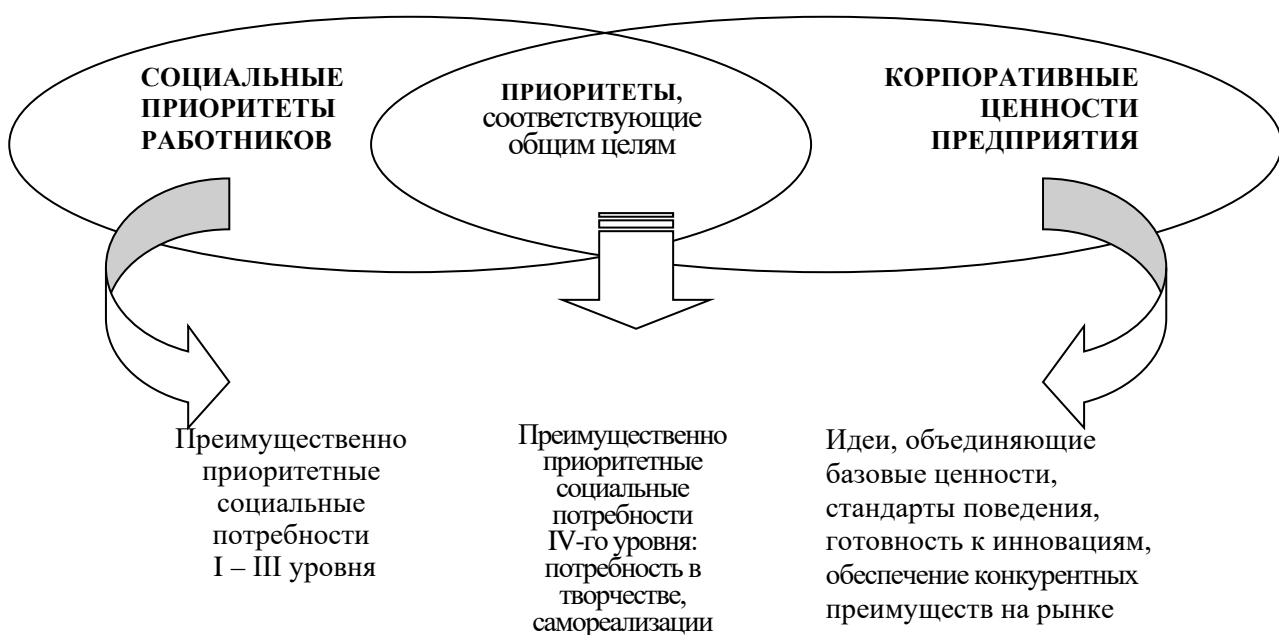


Рис. 1. Соотношение социальных приоритетов работников и системы корпоративных ценностей предприятия в условиях инновационного развития

Развивая идеи А. Маслоу, к самому низкому, I-му уровню приоритетных социальных потребностей работника в сфере труда, мы отнесли получение достойной оплаты труда (не ниже прожиточного минимума), достаточной для обеспечения актуальных потребностей в питании, необходимой одежде, найме жилья, создании условий минимальной социальной безопасности. Ко II-му уровню отнесено потребность в благах социально-экономического содержания (благоприятные социально-трудовые отношения, наличие привлекательных материальных стимулов к эффективному труду, условий социальной защищенности работника и его семьи, социального развития трудового коллектива в целом). Социальные потребности III-го уровня предполагают осознанную необходимость профессионального роста, служебной карьеры, получения определенного социального статуса и социального признания в коллективе. К социальным потребностям IV-го уровня нами отнесено потребности в творчестве, самореализации, которые соответствуют потребностям проявления инициативы, разработки новых идей, проектов, внедрения разнообразных инноваций на производстве. Классификация приоритетных социальных потребностей отражает важную закономерность: лишь обеспечение приоритетных социальных потребностей низшего порядка обуславливает, как правило, появление и реализацию социальных приоритетов высшего порядка. Учитывая стратегическую цель предприятий – инновационное развитие – социальные приоритеты работников и корпоративные ценности предприятия должны подчиняться общей цели, связанной с разработкой и внедрением инноваций.

Таким образом, из предложенной схемы на рисунке 1 следует, что реализация задач активизации инновационной деятельности предприятий (ей соответствуют потребности персонала IV-го уровня) не может не зависеть от последовательной реализации приоритетных социальных потребностей I-III уровней.

Это теоретическое положение мы полностью подтвердили на практике в ходе проведения социального мониторинга на предприятиях и организациях Кировоградской области (Украина). Результаты мониторинга показали, что для 2/3 опрошенных работников первоочередное значение имеет не интерес к работе по специальности, не содержание труда, творчество, инновации, а в первую очередь обеспечение социальных потребностей I-го уровня. При этом 76% опрошенных наемных работников охарактеризовали уровень их удовлетворения как «очень низкий». Относительно приоритетных потребностей II-го уровня их реализацию признали «очень ограниченной» 89% респондентов. Социальные потребности III–IV-го уровней оказались «несколько значимыми, но не решающими» преимущественно для управленческого персонала и работников, занятых интеллектуальным трудом. Каждый третий в анкетах отметил, что корпоративная культура ориентирована на получение прибыли собственника предприятия; 3/4 опрошенных работников полагают, что цели корпоративной культуры играют декларативный характер и на практике не отражают общих целей. В свою очередь, исследование доказало, что существующая система корпоративных ценностей на

большинстве предприятий не несет весомого позитивного импульса для реализации социальных приоритетов персонала и повышения его инновационной активности. Лишь 2,5% работников региона ныне имеют отношение к разработке и внедрению инноваций, изобретательская деятельность на предприятиях практически свернута.

Понятно, что социальные препятствия инновационному развитию недостаточно упразднить лишь на микроэкономическом уровне, хотя, конечно, непосредственная мотивация работника к инновациям формируется под воздействием корпоративной культуры именно здесь. Свои коррективы в приоритетность потребностей непременно вносят изменения социально-политического уклада государства, положительная динамика социально-экономического развития страны, уровень правовой, социальной защищенности населения, наличие демократических свобод, морали и нравственности. В этом контексте важно начать переход от политики минимумов, которые "консервируют" бедность к политике средних социальных стандартов, когда в качестве критерия оценки благосостояния работника будет выступать средняя заработная плата и средняя покупательная способность.

Результаты исследования позволили сделать следующие выводы:

- среди факторов, тормозящих инновационное развитие предприятий в Украине, весомое место принадлежит неразвитой корпоративной культуре, крайне низкому уровню реализации социальных приоритетов работников, что сопровождается деформацией мотивов творчества, профессионального роста и развития, явлениями «имитации интеллектуальной деятельности»;
- предприятия, выбирающие путь инновационного развития, должны формировать систему корпоративных ценностей с учетом структуры, уровня удовлетворенности и развитости приоритетных социальных потребностей персонала;
- формирование прогрессивной корпоративной культуры предполагает создание эффективной компенсационной политики на предприятии, которая позволит экономически, социально, психологически достойно компенсировать затраты интеллектуальных, физических, творческих усилий персонала, мотивируя их к трудовым достижениям, разработке и внедрению инноваций;
- утверждение позитивных корпоративных ценностей, соответствующих развитым социальным приоритетам персонала, требует совершенствования практики заключения коллективных договоров, осуществления контроля их реального выполнения.

Список литературы

1. Robbins, Stephen P. Essentials of organizational behaviour. Prentice-Hall, Inc. New Jersey, 1994.
2. Балыка Е.Г. Корпоративная культура инновационного предприятия: практические особенности / Балыка Е.Г. // Вести Института предпринимательской деятельности. - Минск, 2013. – Вып. 2(9)/2013. – С. 28-33.
3. Соціально-трудо́ві відносини: проблеми гармонізації: [колективна монографія] / М.В. Семикіна, З.В. Смутчак, С.Р. Пасека, Ю.Д. Петров / За ред. М.В. Семикіної. – Кіровоград: КНТУ, «КОД», 2012. – 300 с.