

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Ишинкина Екатерина Андреевна

Аспирант, Московский государственный институт
культуры
katya_rfnz@mail.ru

CORPORATE CULTURE AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE INSTITUTE OF PUBLIC ADMINISTRATION

E. Ishinkina

Summary: The article considers the issues of expediency of the existence of ethical codes, which are part of the corporate culture and their relevance in the environment of public administration. In the rapidly changing structure of public administration associated with the transition from paper to digital documents, the issue of increasing the level of competence, personal growth and compliance with time requirements is acute. A civil servant is currently required to comply not only with high professional requirements, but also to follow the rules of the corporate code, ethical standards, organizational culture.

Keywords: corporate culture, professional culture, public administration, corporate code, ethical standards, organizational culture.

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы целесообразности существования этических кодексов, являющихся частью корпоративной культуры и их актуальности в среде государственного управления. В быстро меняющейся структуре государственного управления, связанной с переходом от бумажного документооборота к цифровому, остро стоит вопрос повышения уровня компетенций, личного роста и соответствия требованиям времени. От государственного служащего в настоящее время требуется соответствовать не только высоким профессиональным требованиям, но и следовать правилам корпоративного кодекса, этическим стандартам, организационной культуре.

Ключевые слова: корпоративная культура, профессиональная культура, государственное управление, корпоративный кодекс, этические нормы, организационная культура.

Корпоративная культура является философией компании, в которой заложены ее интересы, цели, мотивация сотрудников. Ее разработка требует не только знаний принципов корпоративной культуры, учета специфики предприятия, на котором она внедряется, но и творческого подхода. После перехода от этапа строгого планирования к рыночной экономике, многие компании вооружились калькой по внедрению корпоративной культуры с западных образцов, без учета национальной специфики, что зачастую не давало желаемых результатов.

В настоящее время в отечественной и зарубежной литературе существует множество определений понятия «корпоративная культура» с точки зрения философско-мировоззренческих, функционально-организационных, ценностно-нормативных, психологических функциональных аспектов. Во многих из них подчеркивается двойственность, заложенная в корпоративной философии: с одной стороны, этические нормы, основанные на следовании общим принципам нравственности и морали, с другой стороны в основе проработки корпоративного кодекса находится извлечение экономической выгоды, базирующееся на интересах руководства предприятия.

«Корпоративная культура – это сложная и всеобъемлющая составляющая любого производственного пространства, которая определяет место компании в окружающем мире, олицетворяет собой те неписанные

законы, нормы и правила, которые объединяют членов организации и связывают их вместе, именно эти особенности должны быть, в первую очередь, учтены при осуществлении различных интеграционных процессов. Корпоративная культура формируется с учетом целей, задач и ценностей корпорации, отличающихся от ценностей других... Именно ценности, обеспечивающие экономический прогресс, становятся тем ключевым звеном, от которого зависит сплоченность» [3, 238]. Некоторые исследователи в качестве одного из первых примеров этического кодекса корпоративной культуры называют клятву Гиппократова, отсылая нас во времена античности. Определенные этические нормы и правила существовали и в купеческих гильдиях, и в образовательной среде, однако, всерьез разработкой темы культурного взаимодействия и этических кодексов стали заниматься в XX веке, и связано это, прежде всего, с появлением социальной философии управления Элтона Мейо. Именно с изучения условий труда и влияния их на производительность в процессе знаменитого Хоторнского эксперимента можно говорить о появлении исследований по изучению культуры взаимодействия в процессе работы в социологии, психологии, культурологии.

В понятие «корпоративной культуры» включены факторы социокультурной сферы: стандарты и нормы, выработанные с учетом специфики и требований в конкретной отрасли, формы поведения, ценности, отвечающие интересам акционеров, руководства компании и

нанятого персонала. Корпоративные кодексы являются инструментами проведения в жизнь принципов корпоративной культуры. Как точно формулирует Н.Л. Аширбагина: «Учитывая, что далеко не каждый работник добровольно придерживается в своей работе категорического императива, сформулированного И. Кантом, профессиональное сообщество вынуждено заставлять своих членов соблюдать формально-определенную корпоративную мораль». [1, 70]. Кодексы различаются в зависимости от целей и задач предприятия, информацию о которых содержат. На их основе вырабатываются правила, нормы, мотивация стандарты, по которым сотрудники сосуществуют. Особую роль отводят миссии корпорации, в осуществлении которой каждый сотрудник чувствует свою причастность. Психологически и мотивационно это обоснованно, поскольку для людей самореализация или самоактуализация важны, отнюдь, не меньше, чем финансовая составляющая. «Этический кодекс как раз, и призван обеспечить: 1) примирение личных и корпоративных интересов, 2) самоограничение индивидуализма», 3) гарантий сохранения достоинства личности, 4) формирование благоприятного нравственного климата организации на основе взаимного доверия и выгоды и т.д.» [2 77]. Этические кодексы обозначают цели корпорации и являются инструментом, помогающим выстраивать корпоративное единство. Благодаря кодексу компании поддерживается ее имидж, создается уникальность, формулируются принципы корпоративной культуры. Корпоративный кодекс можно рассматривать как «кодекс чести». На принципах и правилах, сформулированных в нем, выстраивается доверие, как внутри компании, так и во внешней среде. Речь идет о создании репутации серьезного работодателя и надежного, клиентоориентированного партнера и поставщика услуг.

Для решения вопроса об уровне подготовки госслужащих к трансформации государственного управления, затрагивающий, в частности, переход на цифровой уровень, необходимо обратить внимание на результативность и эффективность системы повышения квалификации и переподготовки кадров в государственном управлении в России. В рамках программ по корпоративной культуре включены образовательные программы, целью которых является повышение уровня компетенций в сфере государственного управления, то есть повышения своей профессиональной культуры. Среди требуемых знаний доминируют знания из области экономики, психологии управления, социального менеджмента, при необходимости овладения программами оказания дистанционного сервиса. Ставка в настоящее время делается на управление, представляющее собой реализацию запросов, социальных программ, оказание услуг с опорой, как на существующие правила, инструкции, так и на индивидуальный подход. Актуальность и необходимость

получения качественного образования, и повышение существующей квалификации обоснованы утвержденной в 2019 году национальной программой «Цифровая экономика Российской Федерации» [5], согласно которой электронные услуги в социальной сфере должны быть приближены к показателю 95% в 2030 году.

Помимо профессионализма, выражающегося в точной работе на результат, скоординированность действий часто зависит от качественных взаимоотношений внутри коллектива, создании благоприятной психологической атмосферы сотворчества. Еще одним немаловажным аспектом в достижении цели является оценка сотрудником своего труда с точки зрения морально-нравственной составляющей, общезначимых ценностей. «Эффективность работы государственного служащего как производителя определенного «продукта» - выполнение той или иной функции власти - зависит не только от его деловых качеств (навыков, знаний, опыта), но и от его нравственных качеств (степени честности, принципиальности, гуманизма, гражданской ответственности)» [4, 3]. Выявление большей значимости для субъекта с точки зрения аксиологии – удовлетворение материальных или духовных запросов, поиск баланса и мотивации для дальнейшей работы.

В условиях быстро меняющегося мира в культурном пространстве появились новые понятия «корпоративная культура», «корпоративная этика». Многие предприятия современной России пришли к пониманию того, что следование правилам корпоративного кодекса, как неотъемлемой части корпоративной культуры, создание стандартов этики поведения, организация специальных программ обучения являются мерами социально-экономического характера. От копирования западных образцов, происходивших в конце прошлого века, в настоящее время серьезные компании и корпорации перешли к выстраиванию собственной философии, адаптирующейся под условия, цели и задачи с учетом производственно-тематических, национальных, региональных особенностей. Для проработки вопросов этики и созданию основ, заложенных в корпоративном кодексе той или иной компании, привлекают специалистов в данной области или готовят своих на базе специального подразделения, создавая его на базе отдела кадров (HR). Мероприятия, направленные на выработку общих норм поведения отнюдь не являются данью моде, а непосредственным образом влияют на конечный результат работы, выражающийся в конкретных экономических показателях. Корпоративная этика регламентирует способы взаимодействия и помогает избегать конфликтных ситуаций и конфронтации, создает атмосферу благожелательности и социальной защищенности, что помимо финансового фактора является мощным стимулом для активности со стороны сотрудников и конкурентоспособности со стороны предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аширбагина Н.Л. Кодекс этики как фактор развития корпоративной культуры // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. Раздел IV. Гуманитарные науки и образование, 2012. - С.69-71.
2. Дубцов М.В. Философия и идеология в деловой этике [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/filosofiya-i-ideologiya-v-delovoy-etike> (дата обращения: 04.03.2023).
3. Мусаелян И.К. Методологические особенности управления культурной интеграцией [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-osobennosti-upravleniya-kulturnoy-integratsiey> (дата обращения 10.03.2023).
4. Павленко М.В. Духовно-нравственные основы деятельности государственных служащих в современных социокультурных условиях России [Электронный ресурс]: автореф. дисс. . . к. соц. н., 2005. URL: <https://www.dissercat.com/content/dukhovno-nravstvennye-osnovy-deyatelnosti-gosudarstvennykh-sluzhashchikh-v-sovremennykh-sots> (дата обращения: 15.02.2022).
5. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Протокол заседания президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам от 4 июня 2019 г. № 7. [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/info/35568/> (Дата обращения 11.10.2022).

© Ишинкина Екатерина Андреевна (katya_rfnz@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»

