

Т. В. Гудкова

Особенности корпоративной культуры российских компаний



Татьяна Гудкова

**Особенности корпоративной
культуры российских компаний**

«Экономический факультет МГУ»

2014

Гудкова Т. В.

Особенности корпоративной культуры российских компаний /
Т. В. Гудкова — «Экономический факультет МГУ», 2014

ISBN 978-5-9988-0306-2

Вопросы повышения эффективности функционирования хозяйствующих субъектов всегда занимали важное место в экономической науке и практике. Помимо изучения материальных факторов, влияющих на достижение хозяйственных целей коммерческой организации, в настоящее время особое значение приобретает поиск новых возможностей, позволяющих фирмам выгодно отличаться от своих конкурентов. Наряду с разработкой новейших технологий, качественных товаров, маркетинговых стратегий, все более актуальным становится поиск новых ценностей фирмы, формирующих ее корпоративную культуру. В своем исследовании автор монографии обосновывает значение корпоративной культуры фирмы как важного фактора, влияющего на эффективность ее функционирования. В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации на рынке культура фирмы может стать одним из ключевых ресурсов, который поспособствует целостному и устойчивому развитию фирмы в долгосрочной перспективе и повышению ее конкурентоспособности. Задача каждой современной российской фирмы – найти собственную культуру, обрести свое лицо, оздоровить внутрифирменный климат.

ISBN 978-5-9988-0306-2

© Гудкова Т. В., 2014
© Экономический факультет
МГУ, 2014

Содержание

Введение	7
Глава 1. Культура фирмы как фактор экономической деятельности	8
1.1. Социокультурный фактор в экономике и понятие экономической (хозяйственной) культуры	8
1.2. Анализ существующих концепций фирмы	17
Конец ознакомительного фрагмента.	21

Т. В. Гудкова
Особенности корпоративной
культуры российских компаний

© Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2014

Введение

Переход российской экономики к системе рыночных отношений способствовал усилению внимания к вопросам повышения эффективности функционирования хозяйствующих субъектов. Помимо изучения материальных факторов, влияющих на достижение хозяйственных целей коммерческой организации, в настоящее время особое значение приобретает поиск новых возможностей, позволяющих фирмам выгодно отличаться от своих конкурентов. Наряду с разработкой новейших технологий, качественных товаров, маркетинговых стратегий, все более актуальным становится поиск новых ценностей фирмы, формирующих ее культуру.

Зарубежные экономисты уже давно придают важное значение корпоративной культуре фирмы, полагая, что в ней заложен большой потенциал для развития. Особенность становления и развития российской культуры фирмы заключается в том, что чаще всего заимствуются зарубежные (в основном американские, европейские и японские) концепции. Но на практике выявляются особенности российских социокультурных ценностей, которые не позволяют слепо использовать чужой опыт. Отечественная культура фирмы требует адаптации к новым условиям хозяйствования при помощи современных мировых концепций и опыта, но с учетом ее национальных черт и национального опыта хозяйствования.

Задача каждой современной российской фирмы – найти собственную культуру, обрести свое лицо, оздоровить внутрифирменный климат. В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации на рынке корпоративная культура фирмы может стать одним из ключевых ресурсов, который способствует целостному и устойчивому развитию фирмы в долгосрочной перспективе и повышению ее конкурентоспособности. Не стоит забывать о том, что финансирование развития культуры фирмы – это инвестиции в человеческий ресурс, который в перспективе должен обеспечивать высокую эффективность фирмы. Повышение эффективности российских компаний станет важным ресурсом модернизации отечественной экономики и ее главного вектора – формирования инновационной экономики в России.

Глава 1. Культура фирмы как фактор экономической деятельности

1.1. Социокультурный фактор в экономике и понятие экономической (хозяйственной) культуры

Культура – это итог всех достижений отдельных лиц и всего человечества во всех областях и по всем аспектам в той мере, в какой эти достижения способствуют духовному совершенствованию личности и общему прогрессу.

Альберт Швейцер

Экономическая теория изучает хозяйство как совместную деятельность людей, как общественное воспроизводство, в процессе которого между его участниками складываются объективные отношения, зависящие от уровня развития материальных условий производства. Поведение хозяйствующих субъектов рассматривается как обусловленное их местом и ролью в общественном производстве. В «основном течении» экономической теории фундаментальным является представление о человеке как о *homo economicus* – «экономическом человеке», рациональном субъекте, принимающем экономические решения на основе абсолютизации индивидуального интереса. Но мотивация хозяйственного поведения субъекта обусловлена не только его личным экономическим интересом, а и духовными, нравственными и культурными его установками как члена общества: ведь «индивиды, выросшие в разных культурах, черпают из окружающей их среды разные правила».¹

Господствующее в современной экономической теории направление, базируясь на неоклассических принципах, все более наталкивается на трудности, вызванные чрезмерной экономизированностью научной системы, слабым вниманием к роли социокультурного и других неэкономических факторов. Все более набирают силу такие научные направления, как институционализм, социокультурные концепции модернизма и постмодернизма, теории экономики морального измерения и устойчивого развития, концепции постиндустриального («постэкономического») общества, социальная антропология и др. Несмотря на их многоликость и недостаточно строгую оформленность, «главное состоит в самих попытках отразить и зафиксировать неэкономическую сторону, уйти от узкоэкономических координат, от ограниченных по своим масштабам парадигм».²

Хозяйственную деятельность человека следует рассматривать как часть общей социальной системы общества. Т. Парсонс³ рассматривает культурную подсистему как создающую нормы и ценности общества, которые в социальной системе институционализируются, т. е. приобретают устойчивый, явный, общепринятый характер и превращаются в нормы, правила, статусы и роли. Это дает основание говорить о единых в данном обществе социокультурных основах поведения хозяйствующих субъектов. Таким образом социокультурные основы поведения хозяйствующего субъекта – это усвоенные им ценности, принципы, правила и нормы поведения, выработанные соответствующей культурой.

¹ Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты. М., 2003. С. 185.

² Кульков В. М. Экономика и неэкономический контекст: методология, теория, российская специфика // Экономическая теория на пороге XXI века / Под ред. Ю. Осипова, В. Пуляева. СПб.: Петрополис, 1996. С. 223

³ Парсонс Т. Система координат действия и общая теория систем действия: культура, личность и место социальных систем // Американская социологическая мысль. М., 1994.

С. Н. Булгаков в своей работе «Философия хозяйства» (1912) писал, что «каждая хозяйственная эпоха имеет свой дух и, в свою очередь, является порождением этого духа», а также, что «каждая экономическая эпоха имеет свой особый тип "экономического человека", порождаемый духом хозяйства».⁴ Осознание того, что все в обществе взаимосвязано и каждая из сфер деятельности человека находится в глубокой взаимосвязи с достигнутым состоянием культуры, становится все более четким.

Известный представитель институциональной экономической теории Дж. Ходжсон, говоря о роли «социокультурной среды», отмечает, что присущие ей «вкусы и предпочтения считаются частью изучаемой экономической системы... как явления, подлежащие объяснению экономистами».⁵

Несколько изменив рисунок, иллюстрирующий указанный вывод Дж. Ходжсона, получим следующее выражение социально-экономической системы:



Рис. 1. Структура социально-экономической системы (сфера институциональной экономической теории)

Принципиально важный вывод состоит в том, что культурный фактор рассматривается как особая часть социально-экономической системы, а следовательно, входит в сферу влияния экономической теории.

Попытаемся выявить далее закономерности изменения социокультурных основ поведения хозяйствующих субъектов в ходе экономических трансформаций.

Можно выделить основные этапы развития социокультурных черт хозяйственной деятельности, связывая их с этапами экономического развития, каждому из которых будет соответствовать свой тип культуры. Из множества существующих подходов к выделению таких этапов широко известным считается деление на *доиндустриальный*, *индустриальный* и *постиндустриальный* этапы.

Для *доиндустриального* этапа характерным является преобладание сельского хозяйства, но в этот период времени начинает развиваться и обрабатывающая промышленность. В немногочисленных городах, являющихся центрами торговли, межрайонного обмена и ремесленного производства, концентрируется незначительная по роли в экономике промышленность и сфера услуг, а вокруг города размещаются зоны различной интенсивности сельского хозяйства. Еще этот этап определяют как традиционный, а его основной характеристикой считается слияние трудовой и хозяйственной деятельности с жизнью человека. Этот этап связан с начальной выработкой культуры взаимодействия большого числа хозяйствующих субъектов: начинает складываться то, что понимается как экономика.

⁴ Булгаков С. Н. Сочинения. В 2-х т. Т. 1. Философия хозяйства. М., 1993. С. 233.

⁵ Ходжсон Дж. Указ. соч. С 44–45.

На следующем этапе, *индустриальном*, города превращаются в центры переработки сельскохозяйственной продукции и обслуживания сельского населения, в центры мануфактурного производства и ремесла – происходит создание сложного комплекса взаимосвязанных систем производства. Характерной чертой индустриальной экономической системы является то, что главной сферой экономики становится промышленность.

Некоторые ученые обращают внимание на то, что в индустриальном обществе человек отчуждается от результата своего труда, он становится частичным человеком. Э. Фромм отмечает, что «человек не воспринимает себя активным носителем своей собственной власти и богатства, а чувствует себя усовершенствованной «вещью», зависимой от внешней среды, которая определяет смысл его жизни».⁶ Труд начинает выступать только как средство поддержания физического существования, как несвободная деятельность, совершающаяся под влиянием внешней необходимости. К. Маркс указывает на то, что, находясь под действием только чисто экономического принуждения, работник в процессе труда «не утверждает себя, а отрицает, чувствует себя не счастливым, а несчастным, не развивает свободно свою физическую и духовную энергию, а изнуряет свою физическую природу и разрушает свои духовные силы», «не считает труд частью своей жизни; напротив, трудиться значит для него жертвовать своей жизнью».⁷

Возникает потребность в том, чтобы «производительный труд, вместо того, чтобы стать средством порабощения, сделался бы средством их освобождения, предоставляя каждой личности возможность развиваться во всех направлениях и действительно проявлять все свои способности, как физические, так и духовные – где, следовательно, производительный труд из тяжелого бремени превратится в наслаждение».⁸ Ввиду этого необходимы перемены во внутренней структуре человеческой деятельности, ведущие к снятию отчуждения и господства «царства необходимости».

Напряжение, вызванное отчуждением, может снижаться через приобщение работников к управлению и к собственности своего предприятия, через акционирование. В современной экономике важную роль в ее демократизации и гуманизации играет так называемый социально-культурный подход к организации производственного процесса, разрабатываемый социальной антропологией.

Социально-культурный подход к управлению, создающий корпорационную культуру, ставит своей целью развить у агентов производства чувство и сознание коллективной ответственности за результаты деятельности компании, сделать так, чтобы обеспечение ее финансового успеха стало личным интересом каждого члена трудового коллектива. И это удастся с наибольшим успехом сделать в компаниях, где работникам принадлежит большая доля акционерного капитала – и особенно в корпорациях, где они владеют 100 % ее собственности.⁹ Американская экономическая практика при решении этих проблем использует участие в прибылях, японская – пожизненный найм и т. д., но при той оговорке, что мотивация хозяйственного поведения субъекта обусловлена не только его личным экономическим интересом, а также духовными, нравственными и культурными его установками как члена общества.

Последние десятилетия в развитых странах прослеживается тенденция, когда на фундаменте материального благополучия у современного человека возникают элементы новой системы мотивов и ценностей, не устремленной на присвоение материальных благ. В 60–70-е годы прошлого века западными социологами было проведено ранжирование интересов и

⁶ Цит. по: На пути к рабочему контролю и самоуправлению трудящихся / Под ред. А. Колганова, Э. Рудыка, Дж. Симмонса, М., 2001. С 56.

⁷ Шт. по: *Иноземцев В. Л.* За десять лет. К концепции постэкономического общества, М: «Academia», 1998. С. 198.

⁸ *Маркс К., Энгельс Ф.* Собр. соч., Т. 46. Ч. II. М., 1968.

⁹ От кризиса к модернизации: теория и опыт переходных экономик / Под ред. А. Бузгалина, А. Колганом, П. Шульце, М., 1998. С. 269–270.

потребностей людей в области их деятельности.¹⁰ Согласно этим исследованиям на первом месте у опрошенных стоит возможность определенных достижений в трудовой деятельности, общественное признание индивидуальных заслуг, далее – удовлетворение от самого процесса труда, возможности профессионального роста, независимого действия на рабочем месте и так далее. Фактор заработной платы опустился в соответствующей шкале на 6–10 место.

Таким образом, факторы материальной заинтересованности отступают на вторые позиции. Сторонники постиндустриальной теории отмечают, что мотивация современной деятельности отражает совершающийся ныне переход от достижения человеком внешних по отношению к нему самому целей к задаче самосовершенствования. По словам А. Печчеи, сегодня «вместо того, чтобы акцентировать все интересы на наших желаниях и на поисках средств получить желаемое, мы фокусируем внимание на том, что есть мы сами и чем мы можем стать»,¹¹ а главной задачей ближайшего будущего представляется «стать чем-то большим, нежели то, что мы представляем собой сегодня». ¹² Создаются все предпосылки для перехода к новому образу жизни, зависящему от «главенства познавательных и теоретических знаний, неизбежно оказывающего влияние на тенденции в культуре, которые направлены на самореализацию индивидуальности и становятся все более анатомичными и антиинституциональными». ¹³

Для характеристики вышеназванных тенденций в 1959 году в работах известного американского социолога Д. Белла появился термин «постиндустриальное общество», который стал позднее широко применяться рядом исследователей для обозначения нового этапа социально-экономического развития человечества. В своих работах Д. Белл делает акцент на том, что если главными структурными элементами индустриального социума являлись капитал и труд, то основой общества постиндустриального являются информация и знания. ¹⁴ Современное общество от конкуренции в технической, научной и финансовой областях переходит к конкуренции в способности мыслить и управлять. Происходят изменения технологической основы экономики – ее нацеленность не на производство вещного богатства, а на творчество человека, резкое сокращение материального производства и увеличение сферы услуг, превращение информации в основную форму богатства общества и т. п. Все это заставило многих исследователей говорить о наступлении качественно нового этапа в экономическом, политическом и культурном развитии человечества. ¹⁵

В. М. Кульков обратил внимание на то, что «важнейшей чертой постиндустриализма становится нарастание надэкономических ценностей. Происходит постепенная, но достаточно последовательная дематериализация (деэкономизация) общества, которая со временем, очевидно, будет приобретать все более масштабный и устойчивый характер. Это находит свое выражение в дематериализации богатства (его мерой все больше становится свободное время и творческое начало), производства (структурный сдвиг в сторону социокультурной сферы), продукции (основными ее видами становятся научные знания, информация, духовные блага), труда (становление труда как творческой деятельности), потребностей (решающее значение социально-духовных потребностей в образовании, культуре, творчестве, здоровой окружающей среде и т. п.)...». ¹⁶

¹⁰ Альтернативы модернизации российской экономики / Под ред. А. Бузгалина, А. Колганова, П. Шульце. М.: Таурус Альфа, 1997. С. 131.

¹¹ Печчеи А. Человеческие качества. М... 1985. С. 134.

¹² Иноземцев В. Л. Указ. соч. С. 208.

¹³ Иноземцев В. Л. Указ. соч. С. 24.

¹⁴ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Пер. с англ.; под ред. В. Л. Иноземцева, М.: «Academia». 1999.

¹⁵ См.: Попов Г. О цивилизации XXI века // Вопросы экономики, 2013, № 2.

¹⁶ Кульков В. М. Российская самобытность: социокультурные аспекты экономической трансформации // Переходная эко-

Таким образом, в последние десятилетия отчетливо обозначился процесс теоретического обоснования и концептуального оформления нового этапа развития экономики – *постиндустриального*. При этом необходимо отметить, что новые тенденции развития, характерные для этого этапа, не замещают полностью принципы функционирования прежней системы, а наслаиваются на них, трансформируют, вступают с ними в противоречие. Пока формируются лишь отдельные постиндустриальные тенденции, которые возникают внутри индустриального общества и трансформируют его в качественно новую социально-экономическую систему, преодолевая наиболее характерные для индустриального общества отношения и закономерности.

Вхождение мировой экономики в постиндустриальную стадию развития требует формирования новой системы экономических отношений. В связи с этим возникает необходимость расширить рамки традиционного предмета экономической теории, но не только за счет включения таких современных характеристик, как информация, человеческий капитал, характер труда в условиях постиндустриальной экономики и т. п., а и через обращение внимания на внеэкономические формы жизнедеятельности людей, включая социокультурный фактор, во многом определяющий своеобразие хозяйственного поведения экономических субъектов. Таким образом, для нас реформирование экономики является и процессом изменений в *экономической культуре* общества.

Экономическую культуру определяют как комплекс элементов и явлений культуры, стереотипов экономического сознания, мотивов поведения, экономических правил, обеспечивающих воспроизводство экономической жизни. Экономическая культура характеризует состояние хозяйственной деятельности общества на определенной ступени его развития и включает в себя как материальный продукт, материальные услуги, весь мир вещей, предметов, производственных процессов, так и экономические знания, экономическое мышление, хозяйственный опыт людей. Экономическая культура отражает меру гуманизации общественного воспроизводства, способствует ее дальнейшему обогащению.¹⁷

О. Леонова указывает на то, что «хозяйственная» (экономическая) культура – это как бы проекция экономики на сферу культуры; верно также и обратное утверждение, согласно которому она является проекцией культуры на сферу экономики». Конкретное содержание этого понятия можно понять через следующие элементы: «национальные стереотипы образа жизни; уровень и структуру потребностей, стереотипы потребления; культурные образцы хозяйственных представлений и хозяйственного поведения; нормы и образцы социального взаимодействия хозяйствующих субъектов, способы воспроизведения и трансляции этих образцов; организационные формы существования хозяйственной культуры (преобладание коллективного или индивидуального типа деятельности, жесткой или свободной регламентации взаимодействия и т. п.); ценностно-мотивационное отношение к труду, богатству, накоплению (трудовая этика), степень реализации экономической цели и завершенности самой экономической деятельности; мера интенсивности освоения (обработки) экономического пространства.¹⁸

Рассматривая экономическую культуру, нельзя абстрагироваться от анализа духовной стороны экономической деятельности и социокультурных факторов, которые формируют национальный менталитет. В философском словаре менталитет определяют как «глубинный уровень коллективного и индивидуального сознания, включающий и бессознательное, совокупность готовностей, установок и предрасположений индивида или социальной группы действовать, мыслить, чувствовать и воспринимать мир определенным образом. Менталитет формируется в зависимости от традиций, культуры, социальных структур и всей среды обитания, и сам, в свою очередь, их формирует, выступая как порождающее сознание, как трудно опре-

номика: закономерности, модели, перспективы / Под ред. А. Бузгалина М., 1995. С. 123.

¹⁷ Краткая экономическая энциклопедия, СПб., 1998. С. 426.

¹⁸ Леонова О. Феномен хозяйственной культуры // РЭЖ. № 9. 1993.

делимый исток культурно-исторической динамики». ¹⁹ Р. М. Нуреев рассматривает национальную хозяйственную культуру как национальную экономическую ментальность и основными ее элементами предлагает считать стереотипы потребления, нормы и образцы социального взаимодействия, организационные формы хозяйственной жизнедеятельности, ценностно-мотивационное отношение к труду и богатству, степень восприимчивости к зарубежному опыту и т. д. ²⁰

Важно при этом правильно соотносить «всеобщие ценности прогресса» и национальные ценности. С одной стороны, они могут расходиться друг с другом, а с другой, первые могут облекаться в национальную форму.

В настоящее время мир отличается большим разнообразием: существует множество религий, культур, идеологий, форм правления, а также страны сильно отличаются друг от друга по уровню развития. Ряду стран удалось значительно обогнать остальные. Другие, например, страны Африки южнее Сахары, характеризуются крайним уровнем бедности и отсталости. Почему же США, страны Западной Европы и некоторые страны Азии достигли высоких уровней развития, в то время как большинство стран Латинской Америки и Африки продолжают пребывать в бедности?

С 2002 по 2005 год в Институте им. Флетчера существовал проект по изучению значимости культурного фактора: ²¹ «Культура имеет значение». Целью проекта являлась выработка ориентиров для прогрессивных культурных перемен. Для выполнения этой задачи осуществлялся поиск ответов на три основных вопроса:

1. Какие элементы культуры влияют на поведение людей, воздействующее на политическое, социальное и экономическое развитие?
2. Каковы институты и методы, с помощью которых осуществляется «передача» и изменение культуры?
3. Что мы можем узнать о культуре и ее изменениях на основе конкретных примеров успеха и неудачи отдельных стран?

Ответ на первый вопрос связан с выявленными в ходе исследования 25 факторами, которые в рамках различных – способствующих прогрессу и «сопротивляющихся» ему – культур воспринимаются по-разному. Этот список составил аргентинский ученый и журналист Мариано Грондона (Grondona): он взял США за образец культуры, способствующей прогрессу, а Аргентину, и Латинскую Америку в целом, как образец культуры, «сопротивляющейся» прогрессу. 25 факторов группируются по 4 категориям: «Мировоззрение», «Ценности и позитивные качества», «Поведение в экономике» и «Социальное поведение». Факторы, влияющие на экономическое развитие, можно найти во всех категориях.

Вопрос об институтах и инструментах «передачи» культуры затрагивает методы воспитания детей, ряд аспектов системы образования, религию, деятельность СМИ, политического руководства и программу развития. Из всего перечисленного особое значение с точки зрения экономического развития, по мнению Л. Харрисона, имеет религия. 117 стран были сгруппированы по принципу преобладающих в них конфессий и были проанализированы их достижения на основе 10 показателей, или «индексов прогресса»; два из них непосредственно отражают уровень благосостояния (речь идет об ооновском Индексе человеческого развития [Human Development Index], включающего такие элементы, как объем ВВП на душу населения и три фактора социального порядка, а также данные об объеме ВВП на душу населения, подсчитанных Всемирным банком с учетом паритета покупательной способности). К проблеме

¹⁹ Философский словарь. М., 1998. С. 302.

²⁰ Экономические субъекты постсоветской России (институциональный характер) / Под ред. Р. М. Нуреева. М., 2001.

²¹ Харрисон Л. Культура и экономическое развитие. Интернет-ресурс: www.inliberty.ru

благополучия имеют отношение и несколько других индексов из этой десятки – например, уровень доверия к институтам, уровень коррупции и характер распределения доходов.

В общем плане анализ религиозного фактора позволил сделать вывод, что протестантские, иудаистские и конфуцианские общества добиваются большего, чем католические или мусульманские, поскольку для первых в целом характерны одни и те же способствующие прогрессу ценности из категории «Поведение в экономике», а последние тяготеют к «сопротивляющимся» прогрессу ценностям. Из 27 стран, ставших объектами исследования, десять добились экономического успеха: речь идет о четырех конфуцианских странах (Китае, Японии, Сингапуре и Южной Корее), Индии, Чили и четырех обществах «западного типа» (Ирландии, канадской провинции Квебек, Испании и Швеции).

С точки зрения 10 показателей политического, экономического и социального развития, включая ооновский Индекс человеческого развития и данные социологического исследования «Ценности в мире» о доверии, страны Северной Европы – настоящие «чемпионы» в области прогресса. Все пять североευропейских стран – Финляндия, Швеция, Дания, Норвегия и Исландия – относятся к категории лютеранских, хотя сегодня мало кто из их граждан посещает церковь. Все «конфуцианские» страны (точнее, страны, испытавшие сильное влияние китайской культуры, включающей, помимо конфуцианства, также даосизм, буддизм и культ предков) также отличает приверженность принципам «всеобщей культуры прогресса»: в восточно-азиатских обществах высоко ценятся образование, успех, трудовая этика, личные заслуги и склонность к накоплению. Однако религия – не единственный фактор, определяющий экономическое поведение, способствующее прогрессу.²²

Все вышесказанное позволяет говорить о наличии «всеобщей культуры прогресса»: одни и те же ценности в сфере экономического поведения, независимо от происхождения, обеспечивают благополучие в странах с весьма различными географическими, климатическими, политическими, институциональными, да и собственно культурными условиями. Насколько можно судить, культура отнюдь не заложена у людей в генах. И хотя культурные перемены – процесс сложный, они постоянно происходят по всему миру, и нет убедительных оснований утверждать, что «всеобщие ценности прогресса» могут не подходить для любого из существующих обществ. Однако это не должно означать насильственного и шокового внедрения этих ценностей: этот процесс должен быть эволюционным, учитывающим реальное положение, и, следовательно, необходимо считаться с адекватными для данного времени и присущими данному социуму социокультурными ценностями. В свою очередь, трансформация культуры оказывает влияние на хозяйственную деятельность людей, в том числе и на потребительское поведение.²³

Став всемирным, хозяйство представляет собой взаимодействие и взаимовлияние различных типов хозяйств, принадлежащих разным культурным парадигмам. Воздействие экономических, геополитических, этнических и прочих социокультурных факторов определяет социально-экономический генотип нации, качественно обуславливая экономическую систему. Р. Рывкина подчеркивает особую роль экономической культуры: «При всех особенностях экономических культур разных стран везде сохраняются одни и те же структурные закономерности. Например, *экономическая культура* – это всегда и везде своего рода посредник между комплексом политико-правовых, экономических и других условий той или иной страны и экономическим поведением субъектов ее экономики... Не будет большим преувеличением сказать: развитие экономики – это суммарный результат действий миллионов людей, регулируемых как внешними институциональными условиями их деятельности, так и чертами эко-

²² См. подробнее: Ясин Е. Снеговая М. Институциональные и культурные ограничения догоняющих стран // Вопросы экономики. 2009. № 10.

²³ См. подробнее: Липсиц И. Трансформация культуры и изменения в моделях потребительского поведения // Вопросы экономики. 2012. № 8.

номической культуры самих людей».²⁴ Она выделяет и три основные функции экономической культуры: с помощью экономической культуры выбраковываются или укрепляются ценности и нормы, необходимые для развития экономики, накапливаются традиции; на основе экономических норм и ценностей происходит накопление экономического опыта и передача его новым поколениям; на передовых предприятиях формируются новые формы экономической культуры и новые принципы хозяйствования.

Следует отметить, что расширение рамок традиционного предмета экономической теории за счет осмысления воздействия социокультурных факторов на деятельность субъекта поможет глубже изучить проблему культурно-исторического своеобразия хозяйственной деятельности, которая выходит на первый план в связи с глобализацией экономических процессов. Ученые-культурологи, в частности, считают, что социокультурный подход есть своеобразное отражение наметившейся смены самой парадигмы цивилизационного развития: от техноцентризма, свойственного индустриальному обществу, к культуроцентризму, на котором будет зиждиться грядущая цивилизация постматериальных ценностей.²⁵ Упрощенное, одностороннее, узко-экономическое определение социальных процессов не может отразить сложнейшего взаимопереплетения и взаимовлияния экономических, политических, социокультурных, нравственных и иных форм жизнедеятельности общества.

По мнению Я. Кузьмина, экономическая культура – это «совокупность институциональных методов, при помощи которых конкретные общества, группы и индивиды приспосабливаются к экономическим условиям своего существования. Экономическая культура складывается из поведенческих стереотипов и экономических знаний».²⁶ Жак Сапир, специалист по проблемам развития российской и советской экономики в институциональном аспекте, выделяет три уровня этого явления: теоретическую экономическую культуру (состоящую из набора аксиом господствующего направления экономической мысли); экономическую культуру лиц, принимающих решения (которая в большей или меньшей степени вытекает из их знакомства с экономической теорией или собственного опыта); экономическое сознание всего населения.²⁷ Следовательно, экономическая культура непосредственно связана с общей культурой, с развитием человека в целом и во многом определяется ими.

Таким образом, экономическая культура общества оказывает прямое воздействие на экономическую культуру личности, и в то же время динамика и эффективность хозяйственной деятельности общества определяются экономической культурой составляющих ее личностей. Следовательно, можно выделить три уровня содержательного анализа феноменов культуры (см. табл. 1).

Таблица 1

Типы, субъекты и уровни анализа культуры

²⁴ Рывкина Р. В. Экономическая социология переходной России, Люди и реформы, М.: Дело, 1998. С. 214–231.

²⁵ Уварова Л. И. Формирование экономической культуры в процессе вузовской социализации // Современные проблемы экономической психологии в России. Социокультурный аспект. Материалы научно-практического семинара, СПб.: Гос. университет экономики и финансов. 2001,

²⁶ Kuzminov J. Transition to a market economy and the problems of changing the economic culture // European economy. 1993. С. 219.

²⁷ Истоки. Вып. 3 / Гл. ред. Я. И. Кузьминов. М: Высшая школа экономики, 1998.

Тип культуры	Субъект культуры	Уровень экономического анализа культуры
Экономическая (хозяйственная) культура	Общество	Макроуровень
Культура фирмы	Коллективные хозяйствующие субъекты	Мезоуровень
Культура индивидуума	Индивидуальные хозяйствующие субъекты	Микроуровень

Экономическая культура включает в свой состав культуру производства, распределения, обмена и потребления материальных и духовных благ.²⁸ Таким образом, если *экономическую культуру* рассматривать как способ освоения человеком, сообществами и обществом в целом экономической (хозяйственной) действительности как на макро-, мезо-, так и на микроуровне, то, опираясь на анализ структуры экономики, можно сделать вывод о том, что одной из ее составных частей является *культура фирмы*, так как она охватывает действия такого субъекта экономики, как фирма. Но прежде чем перейти к анализу *культуры фирмы* следует понять, что же такое фирма.

²⁸ Кравченко А. М. Культурология. Учебное пособие для вузов, 3-е изд. М.: Академический проект, 2001.

1.2. Анализ существующих концепций фирмы

Для истинной культуры нет врага более ужасного, чем рационализм.

Владимир Францевич Эри

Наиболее распространенное понимание фирмы сводится к тому, что это экономический субъект, который занимается производственной деятельностью и обладает хозяйственной самостоятельностью в принятии решений о том, что, как и в каких размерах производить, где, кому и по какой цене продавать свою продукцию. Фирма объединяет ресурсы для производства определенных экономических благ с целью максимизации прибыли.²⁹ Фирму можно рассматривать и как один из основных институтов (институциональных организаций) современной экономической системы, который представляет собой прежде всего обособленный субъект экономической деятельности, осуществляющий свои функции во внешней экономической среде, к которой относятся потребители, поставщики, государство, конкуренты, природные условия и общество в целом.³⁰

В целом в экономической теории выделяют несколько подходов к исследованию фирм, в частности классическую, неоклассическую, маржиналистскую, марксистскую, технологическую, бихевиористскую, эволюционную, управленческую, институциональную теории фирмы. Так, известный исследователь экономики фирмы Ф. Махлуп приводит 21 понятие фирмы.

В целом ряде работ дается подробный сравнительный анализ разных концепций фирмы.³¹ Сконцентрируем свое внимание на двух, получивших наибольшую известность теориях фирмы: неоклассической и институциональной.

В *неоклассической теории* фирмы поведение фирмы ограничивается единственной целью деятельности фирмы – максимизацией прибыли, и стандартным набором инструментов – воздействием на масштаб и издержки производства. Рынок является информационным полем, в условиях которого известно, сколько товара и по какой цене будет продано. Таким образом, эффективное поведение фирмы в рамках системы рынка представляется единственно возможным ввиду того, что оно заранее детерминировано системой ограничений.

Неоклассическая теория объясняет роль цены и механизма ценообразования в распределении ресурсов в децентрализованной экономике, а фирма рассматривается как основной способ для решения этих задач. Фирма в неоклассической теории выглядит как «черный ящик», на входе которого – производственные ресурсы (и формирование цен на рынках факторов производства), на выходе – выпуск (и цены товарных рынков).³² Поведение фирмы является реакцией на изменение цен ресурсов и товарных цен, которая обусловлена кратко- или долгосрочным периодом функционирования фирмы, а также различием типа рыночных структур (совершенная и несовершенная конкуренция).

Неоклассический вариант теории фирмы исходит из ее существования как из готовой предпосылки, так и из обособления рынка факторов от рынка продуктов. В основу неоклассической доктрины входят следующие положения:

²⁹ Нуреев Р. М. Курс микроэкономики. Учебник для вузов. М.: НОРМА-ИНФРА-М, 1998.

³⁰ Розанова Н. М. Фирма в экономической системе. М.: ТЕИС, 1998.

³¹ См.: Махлуп Ф. Теории фирмы: маржи нацистские, бихевиористские и управленческие // Вехи экономической мысли. Теория фирмы. Т. 2 / Под ред. В. М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 2002; Природа фирмы / Под ред. О. Уильямсона, С. Уинтера. М.: Дело, 2001; Розанова Н. М. Указ. соч.; Тарапуга Ю. Б. Предприятие и предпринимательство в трансформируемой экономике. М.: ДиС, 2003; Шаститко А. Е. Новая теория фирмы, М.: ТЕИС, 1996; Сторчевой М. Теория фирмы и стратегический менеджмент // Вопросы экономики. 2013. № 1.

³² Розанова ИМ. Эволюция взглядов на природу фирмы в западной экономической науке // Вопросы экономики. № 1. 2002.

– распределение экономической деятельности между фирмой и рынком рассматривается как заданное;

– фирму характеризует производственная функция (максимально возможный объем выпуска при заданном количестве используемых ресурсов;

– рынки – сигнальные устройства, обеспечивающие экономических агентов необходимой информацией.³³

Оценка поведения фирмы как реализации некоторых альтернатив с точки зрения теории производства дается через призму теории Х-эффективности.³⁴ Поведение предприятий характеризуется эффективностью решений по поводу производственной программы, в частности выбора рыночной стратегии, организации труда. Если в результате деятельности фирмы не было достигнуто определенных результатов, то такое поведение принято обозначать как Х-неэффективное.

Практика и реальная экономическая действительность потребовали пересмотра постулатов неоклассической экономической теории фирмы, так как за пределами ее внимания остались многие стороны внутренней среды фирмы и самого ее возникновения. В конце XIX века возникло *институциональное направление*, нацеленное на изучение и объяснение феномена возникновения такого института, как фирма, и по аналогии с живым организмом, выявление закономерностей его развития и исчезновения.

Неоклассическая концепция отказывается от поиска первопричины возникновения фирмы: фирма выглядит здесь как заданная статическая величина, а «владение фирмами случайно распределено между людьми».³⁵ Институциональный подход, напротив, рассматривает фирму как институт, возникший в ходе естественного развития производительных сил. При этом само существование фирмы является критерием эффективности. Институциональное направление рассматривает экономические явления как сложные процессы, заключающие в себе и явления неэкономического порядка. В экономических институтах воплощаются определенные привычки, поведение, обычаи.

Институциональная экономическая школа предлагает четыре основных подхода к изучению фирмы как института. Две теории: теория прав собственности и теория общественного выбора, подразумевают рассмотрение фирмы в рамках институциональной среды, соответственно с точки зрения частных лиц и общества. Исследования строятся на концепции «правил игры». Две другие теории строятся на исследовании законов существования фирмы: теория агентов и теория трансакционных издержек. Теория агентов изучает фирму как способ самостоятельного действия независимых субъектов в рамках одной цели. Отношения между ними определяются на основании контрактных отношений. Теорию трансакционных издержек и теорию агентов мы рассмотрим более подробно.

С институциональной точки зрения любой производственный объект представляет собой комплекс прав, включая права собственности внешних и внутренних участников производственной деятельности. Каждый из участников преследует свои собственные интересы, но при этом ему выгодно вступать в коалицию с другими людьми, вместо того чтобы заниматься производственной деятельностью изолированно от них. Фирма, являясь совокупностью контрактных отношений, внешнего и внутреннего уровней, сталкивается с таким типом издержек, как *трансакционные издержки* (от слова «трансакция» – сделка, операция, контракт).

Впервые термин *трансакционные издержки* ввел Р. Коуз в своей статье в 1937 году, что позволило обосновать его теорию природы фирмы. Теория трансакционных издержек осно-

³³ Шаститко А. Е. Новая теория фирмы. М.: ТЕИС, 1996.

³⁴ Лейбенштейн Х. Аллокативная эффективность в сравнении с Х-эффективностью // Вехи экономической мысли. Теория фирмы. Т. 2 / Под ред. В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 2002.

³⁵ Махлун Ф. Указ. соч.

ываается на выводе о существовании издержек на организацию и обмен, которые не являются порождениями экономической среды. Эти издержки можно классифицировать следующим образом: издержки поиска информации; издержки ведения переговоров и заключения контрактов; издержки измерений; издержки спецификации и защиты прав собственности; издержки оппортунистического поведения.

С точки зрения институционалистов, рынок и фирма представляют собой альтернативные способы заключения контрактов: рынок может трактоваться как внешний контракт на производство какой-либо продукции, а фирма – как внутренний контракт, т. е. фирма может купить продукт или услугу на рынке посредством заключения соответствующего соглашения с другим, внешним, контрагентом или фирма может произвести товар сама, используя внутренние взаимоотношения с работниками. Причем выбор внешнего или внутреннего производства зависит от относительных издержек использования альтернативных экономических благ – рыночных ресурсов или собственных ресурсов фирмы.

Иными словами, если издержки организации сделок через фирму меньше издержек при их организации на открытом рынке, то эти сделки агрегируются во внутреннюю структуру фирмы. Таким образом, чем выше транзакционные издержки (т. е. издержки использования рыночных ресурсов данной фирмой), тем больше вероятность того, что товар будет производиться фирмой, а не рынком. В этом случае трудовые, сырьевые и финансовые ресурсы объединены общей инфраструктурой и функционируют в рамках одного предпринимательского проекта.

Институт фирмы формируется на принципе включения долгосрочных контрактов в ее внутреннюю структуру. Таким образом, в современной институциональной теории под фирмой понимается коалиция владельцев факторов производства, связанных между собой сетью контрактов, в результате чего достигается минимизация транзакционных издержек. В качестве достоинств такого образования, как фирма, можно выделить то, что «фирма обладает большим разнообразием и большей точностью инструментов управления».³⁶

Итак, основой неоклассической теории является технологическая концепция фирмы, а основой институциональной теории фирмы – контрактная концепция фирмы. Согласно технологическому подходу фирма рассматривается как структура, оптимизирующая издержки при данном выпуске, что обусловлено технологическими особенностями производства. Минимальные издержки соответствуют минимально эффективному выпуску отрасли. С технологической точки зрения поведение фирмы следует расценивать как некоторый выбор способа распределения известных ресурсов для достижения определенной цели. То, что в этом процессе участвуют люди, которые являются не только трудовыми ресурсами, но и элементами социальной системы, а поэтому обладают целями и интересами, в явном виде при анализе таких систем не учитывается. В модели, изложенной в неоклассической теории фирмы, происходит автоматическая настройка экономического механизма, при которой человек необходим собственно для принятия решений только технологического плана.

С точки зрения контрактной концепции, фирма – это совокупность отношений между работниками, менеджерами и собственниками, ее составляющими. Их можно трактовать на институциональном языке как отношения между принципалами и агентами (собственник – менеджер, менеджер – работник). Эти отношения часто выражаются формальными договорами – контрактами. Кроме того, даже если отношения не представлены в виде формального договора, существуют правила поведения между работниками фирмы, работниками и управ-

³⁶ Уильямсон О. И. Вертикальная интеграция производства // Вехи экономической мысли. Теория фирмы. Т. 2 / Под ред. В. М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 2002.

ляющими, между поставщиками и потребителями продукции, которые могут рассматриваться в качестве неформальных контрактов.³⁷

Таким образом, основное отличие институционального подхода к анализу функционирования производственных объектов состоит в том, что в нем учитывается активное влияние человека. С точки зрения Р. Коуза, фирма «есть система отношений, возникающих, когда направление ресурсов начинает зависеть от предпринимателя».³⁸ Участвующие в экономической деятельности субъекты принимают решения относительно поступления и использования ресурсов, следовательно, предпринимательские решения представляются как альтернатива спонтанному, не зависящему ни от чьих решений, порядку. «Рынки – важное, но не единственное средство осуществления экономической координации. Наиболее важные тому примеры – решения, принимаемые внутри частных фирм и правительственных учреждений».³⁹

Трансформационные процессы, происходящие в мировой экономике, повлияли на развитие неоинституциональной экономической теории. «Новый» институционализм (Д. Норт, М. Олсен, Р. Познер, О. Уильямсон, Г. Демсец и др.) понимает под институтами не столько социально-психологические феномены, сколько юридические нормы и неформальные правила, ограничивающие человеческую деятельность. По определению Д. Норта, институт представляет собой «правила игры» в обществе, или созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми.⁴⁰

³⁷ Розанова Н. М. Указ. соч.

³⁸ Коуз Р. Фирма, рынок и право. М.: Дело ЛТД, 1993.

³⁹ Уильямсон О. И. Указ, соч.

⁴⁰ Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Начала, 1997. См. также: Институциональная экономика. Новая институциональная экономическая теория / Под ред. А. А. Аузана. М.: ИНФРА-М, 2005. С. 23.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.