

КОРПОРАТИВНОСТЬ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ

О.А. Врублевская

кандидат философских наук, доцент кафедры социальной работы и социологии, ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева», город Красноярск

Аннотация. В данной работе автором рассматривается значение сохранения корпоративности в антикризисном управлении, пути разрешения кризиса предложенные западными учеными.

Ключевые слова: корпоративизм, антикризисное управление, детерминизм.

Abstract: The author considers value of keeping corporate in crisis management, reveals western approaches of crisis solution.

Keywords: corporate, antcrisismanagement, determination.

Высшим уровнем интеграции организации на сегодняшний день является корпоратизм - «объединение не только функций деятельности, но и человеческих отношений внутри организации, а также всей организации в целом - ее миссии, целей и статуса. Он проявляет себя как персонал и результаты совместной деятельности; Это может происходить спонтанно из-за каких-либо обстоятельств, но это может быть предметом особого внимания и специального контроля»[1; С. 367]. Соответственно, в этом случае речь идет о корпоративном управлении.

Профессор Коротков Е.М. определяет корпоративное управление как «тип контроля, который строится на основе корпоратизма... включает в себя некоторые функции управления объектами (корпорацией) и всей управленческой организацией на основе корпоративной культуры по всем факторам ее формирования и проявления»[1; С. 367].

Корпоративное управление отражает необходимость улучшения человеческого фактора в управлении организацией, а также текущие тенденции в диверсификации и интеллектуализации деятельности. Характерной особенностью

корпоративного управления является: наличие владения акциями, профессиональное управление, специальный механизм решения проблем (собрание акционеров - текущие выпуски); общая цель и разработка стратегии; корпоративная культура, организационная стабильность, гармоничное сочетание формального и неформального контроля, атмосферное давление, уверенность и оптимизм коллегиальности.

Корпоративное управление является основой корпоративной культуры - совокупностью социальных норм поведения в организации, ценностях, отношениях и привычках. По определению американского исследователя С. Роббинса корпоративная культура – это «социальный клей», который помогает сохранить целостность организации путем установления приемлемых стандартов мышления и поведения» [1, С. 369]. По его мнению, именно корпоративная культура определяет имидж организации, т.е. формирует черты, отличающие одну компанию от другой, оказывает доминирующее влияние на формирование и распространение фирменного стиля, способствует осознанию и увеличению количества обязательств добровольно предпринимаемых сотрудниками организации.

Корпоративная культура также проявляется в возможностях, которые компания предоставляет своим сотрудникам, а также в отношении сотрудников друг к другу и компании [1; 369]. Наиболее эффективные действия при управлении кризисом предприятия: проявление личной инициативы, терпимый риск в организационной деятельности, интеграционные мероприятия, отрегулированная система связи, контроль за идентификацией сотрудников, мотивация персонала, всевозможные способы разрешения конфликтов, ритуалы делового поведения.

Для управления корпоративной культурой необходимо знать факторы, которые влияют на ее формирование и изменения: общие, внешние и внутренние. Как отмечает в своем диссертационном исследовании А.А. Чащина «Детерминизм – это философское учение об объективной закономерной взаимосвязи и взаимообусловленности явлений материального и духовного мира. Основу

данного учения составляет положение о существовании причинности... современный детерминизм предполагает наличие разнообразных, объективно существующих форм взаимосвязи явлений»[2]. В данном отношении Чащина А.А. выделяет основные параметры влияющие на формирование социальных явлений и организаций – многовекторность развития, невозможность описания социальных явлений конечным числом терминов какой либо теории, субъективные факторы формирования социальных ожиданий, критерии зрелости социального объекта [2].

Основополагающим фактором в определении типа корпоративной культуры и тенденций ее развития при антикризисном управлении является качество и достоверность полученных данных. Существуют множество классификаций корпоративных культур, на наш взгляд, наиболее актуальной является «теория четырех типов корпоративной культуры» по Я.Соненфелду («бейсбольная команда», «клуб», «академия», «крепость»). Корпоративная культура «Крепость» формируется в кризис для организационного контроля над ситуацией. Это возможность выживания организации в условиях адаптации к внешней среде. Первое действие - это сокращение персонала или его деятельности в соответствии с условиями реорганизации.

В процессе антикризисного управления применяются следующие формы - реструктуризации, слияние или поглощение организации, которые нередко влекут «культурный разрыв» или столкновение организационных культур разных типов. Практика показывает, что 50% приобретенных предприятий или организаций, проданы в течение следующих пяти лет, согласно некоторым источникам, 90% организаций не достигают запланированных показателей. Изменение корпоративной культуры при слиянии или изменении ситуации в условиях кризисного управления является сложной проблемой, для которой часто используется разрешение. Символ верховенства приема: введение и закрепление девизов и принципов, кодов, способствующих появлению новых корпоративных значения. Но это действие времени принятия - тогда вам нужно постепенно переходить от персонажей к реальным ценностям, что невозможно без большой

аналитической работы или тестирования, с помощью того, что часто исследуется корпоративной культурой или целевым наблюдением, социометрическим анализом, классификацией факторов и регуляторных экспериментов.

Согласно одному из определений С. Роббинса, корпоративная культура - система материальных и духовных ценностей, присущая организации, отражающая ее самобытность и чувство собственного достоинства и других в определенной социально-экономической среде и проявляющаяся в поведении, взаимодействии с окружающей среда [1; С. 369].

Прежде всего, необходимо управлять программой конверсии в этом направлении, в которой необходимо указать преобразование цели, анализ факторов корпоративной культуры, набор рекомендаций, разработанных во времени и организационных формах (полномочия, функции, функции, стандарты, правила, средства контроля и т.д.).

Цель должна содержать четкое и полное описание всех характеристик корпоративной культуры, которые должны быть достигнуты. Программа не может быть разработана без анализа существующих ценностей и их изменений пректирования, систематизации и практических дополнений. В программе корпоративной культуры необходимо изменить формулу негативного поведения и позитивных отношений. Новая формула поведения, введенная менеджером персональных параметров, требованиями персонала, изменениями в организационной деятельности функционального распределения персонала, регулярными событиями, которые увековечивают модели поведения (праздники, встречи, обсуждение возникающих вопросов, общественное продвижение и другие).

Главное понимание корпоративной культуры - это ценности, которые доминируют в организации, влияют на деятельность, мотивацию деятельности сотрудников, их связь друг с другом и с их работой, стиль поведения, самоорганизация. В соответствии с этим, одним из средств корпоративной культуры является разработка и использование кода корпоративной культуры.

Библиографический список:

1. Кризисное управление: учебник. - 2-е изд., Расширенное и пересмотренное. / Ред. Доктор Экон. Наук, проф. Е. М. Коротков - Москва: ИНФРА-М, 2006. - 620 с.

2. Чащина А.А. Социально-философский анализ социальных проектов / диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук. - Красноярск, 2007. – 170 с.(<https://elibrary.ru/item.asp?id=16118783>)