Н.И. Константинов

ПРОБЛЕМА ИНФОРМАЦИОННОЙ АСИММЕТРИИ ВОСПРИЯТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ

На современном этапе развития управленческой науки теоретические основы феномена организационной культуры достаточно подробно описаны во многих научных трудах. Сегодня вряд ли найдется ученый-культуролог, который бы не разделял мнения, что управление персоналом в XXI веке есть стратегическое управление человеческими ресурсами в условиях эффективной организационной культуры, что, естественно, и определяет достаточно глубокие изыскания в данной области.

Однако необходимо обратить внимание на существенную особенность, присущую большинству работ по культуре организации. Организационная культура, как и национальная, не есть что-то закостенелое, статичное. Напротив, она представляет собой постоянно развивающийся, совершенствующийся, динамичный феномен, требующий всестороннего анализа именно в динамике.

Так, отечественный культуролог В.И. Маслов, ссылаясь на труды американских ученых, выделяет четыре типа организационных культур: власти, роли, задачи, личности[1]. Естественно, такого рода классификация не является объективной и исчерпывающей. Это понимает и сам ученый, представляя, применительно к современным российским условиям, еще два типа – организационную анархию и культуру безвластия[2], те самым подтверждая актуальность изучения феномена организационной культуры в динамике.

Если рассматривать организационною культуру как динамичное явление, считаю необходимым выдвинуть еще один тип культуры организации – псевдокультуру – на мой взгляд, наиболее характерный для большинства современных российских фирм малого и среднего бизнеса.

Сегодня организационная культура выступает в качестве индикатора экономических, социальных и этических аспектов ведения бизнеса. Можно сказать, что организационная культура есть

[1] См.: *Маслов В.И.* Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры. М., 2004. С. 176.

[2] См. там же.

своего рода информационный щит, формирующий определенный образ организации в глазах общества. Ориентируясь на него, потенциальный клиент оценивает целесообразность сотрудничества с данной организацией. Естественно, что рациональный человек будет иметь дело с ответственной организацией с четкими принципами, соответствующими действующему законодательству и устоявшимся моральным нормам, т. е. с тем, что и декларирует данный «информационный щит». Другое дело, что зачастую сведения подобных «щитов» не соответствуют действительности и вводят субъектов трудовых, социальных и экономических отношений в заблуждение, порождая информационную асимметрию.

Понять смысл типа «псевдокультура» можно, обратившись к структуре организационной культуры. Так, во многих отечественных и зарубежных работах выделяют три уровня организационной культуры: поверхностный, подповерхностный и глубинный[1]. Для эффективной организационной культуры необходимо добиться совершенства на каждом уровне, ибо культура организации – это системное явление, и дисбаланс на любом уровне выводит из равновесия систему в целом.

В то же время очевидно, что «глубинный уровень» является базовым элементом, определяющим характеристики остальных уровней, и для создания эффективной организационной культуры основное внимание необходимо уделить именно этому компоненту, нежели символическому уровню. Однако на практике дела обстоят по-иному.

С точки зрения изучения культуры организации сегодня актуальной проблемой для российского бизнеса является информационная асимметрия восприятия организационной культуры – проблема несоответствия реального и декларируемого состояния организационной культуры. Немало владельцев и менеджеров отечественных предприятий, сосредоточившись на внешних проявлениях организационной культуры, осознанно или нет, пренебрегают «глубинным уровнем». Экономя на обучении и развитии персонала, достойной оплате и условиях труда, а также нанося существенный вред окружающей среде, они идут в разрез со своей организационной миссией, превращая ее в красивый лозунг для привлечения потребителя и повышения своих финансовых показателей: «Финансовые ресурсы, направленные на строительство

[1] См.: *Потемкин В.К., Спивак В.А., Покровская Н.Н.* Организационная культура. СПб., 2006. С. 124.

и отделку торговых помещений, закупку дорогостоящего оборудования и товаров, на всевозможные рекламные акции и красочные буклеты, не дают ожидаемых результатов. Здесь мы… имеем дело с декларативной организационной культурой, где благонамеренные лозунги о потребителе и персонале как якобы самом ценном капитале фирмы прикрывают сверхэксплуатацию наемных работников, безудержное стремление к прибыли, неуважение и недоверие к персоналу»[1].

На мой взгляд, такого рода поведение характерно для собственников фирм малого и среднего бизнеса и обусловлено двумя причинами: недостаточным уровнем контроля со стороны государственных органов и низким уровнем социальной ответственности самих предприятий.

Как справедливо отмечают отечественные исследователи, российский бизнес в наши дни – это преимущественно социально безответственный бизнес, не преодолевший пока в себе примитивную алчность и нравственную неразборчивость. Характерно, что такой вывод подтверждается и статистикой.

Анализируя данные социологических исследований, социологи Ю.Г. Одегов и Г.Г. Руденко подтверждают тезис, что общественное мнение в России формируется сегодня не в пользу предпринимателей. Так, только 9% респондентов из 1200 опрошенных полагают, что большинство компаний в России ведет себя социально ответственно, и 43% – что немногие или никто»[2].

Такое положение вещей свидетельствует о существующем недоверии различных слоев общества мелкому и среднему бизнесу. В контексте таких отношений фигура предпринимателя ассоциируется со стремлением к наживе любой ценой, в том числе за счет ущемления интересов и дезориентации других категорий граждан, в первую очередь наемных работников.

Так же исследователи высказывают мнение, что социальная ответственность начинается не с создания благоприятного образа компании в глазах общественности, а с построения взаимовыгодных доверительных отношений с персоналом, что определяет экономическую состоятельность организации. При этом основным

---

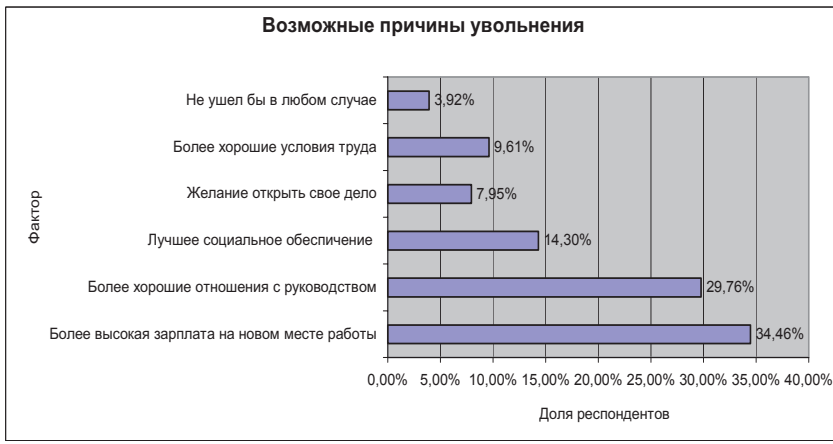
[1] *Субочев Н.С.* Организационная культура как социальный идеал // Менеджмент в России и за рубежом. 2004. № 4. С. 35.

[2] См.: *Одегов Ю.Г., Руденко Г.Г.* Социальная ответственность предпринимателя: от идеи к российской реальности // Управление персоналом. 2004. № 7. С. 43.

показателем состояния этих отношений выступает степень лояльности работников к организации.

Однако, опираясь на данные социологического исследования, проведенного автором статьи в 2006 г. на промышленных предприятиях с численностью не более 100 человек, можно сделать вывод о низкой степени лояльности персонала таких организаций. Так, на вопрос о причинах смены работы 34,46% респондентов ответили, что сразу поменяли бы место работы, если им предложат более высокую заработную плату, 29,76% опрошенных потенциальной причиной сменой работы видят более хорошие отношения с руководством новой организации, при этом лишь 3,92% ответили, что при любых условиях не намерены менять нынешнее место работы (диаграмма 1).

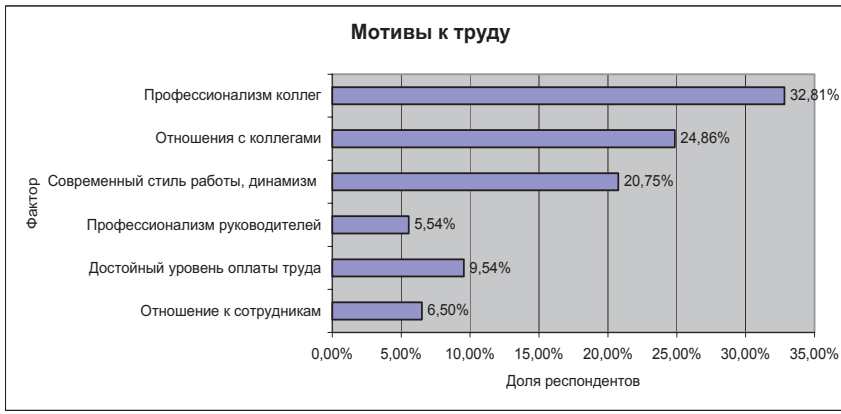
Диаграмма 1



Интересно, что основным мотивом работников к труду именно в этой организации является мнение о высоком профессионализме коллег (32,81%) и добрые отношения с коллегами (24,86%). При этом лишь 5,54% опрошенных видят основным мотивом к труду профессионализм своих руководителей и 6,5% респондентов отмечают хорошее отношение к сотрудникам со стороны руководства (диаграмма 2).

Естественно, что такие статистические данные не свидетельствуют о наличии доверительных отношений между работодателем и наемным работником.

Диаграмма 2



Кроме того, на ряде предприятий малого и среднего бизнеса нередко используют «серые» схемы оплаты труда, нарушают нормы продолжительности рабочего времени и безопасности.

Одновременно с этим руководители данных организаций тратят огромные деньги на закупку фирменной символики, создание красочного корпоративного сайта, рекламные и PR-акции. Очевидно, что такого рода политика не имеет ничего общего с формированием «глубинного уровня» организационной культуры и способствует появлению в организации культур, которые по своим базовым принципам полностью противоположны основной культуре.

Основными причинами безответственного поведения отечественных работодателей культурологи считают следующие факторы.

Первой, явной причиной является тот факт, что «большинство руководителей предприятий в России – молодые люди в возрасте от 25 до 38 лет. 85% менеджеров имеют законченное высшее образование, как правило, техническое. Их моральные нормы формировались в период ломки традиционных ценностей и криминализации страны. В этих условиях многие молодые люди мечтали стать предпринимателями, не считаясь с моральными нормами, ради получения больших и скорых денег»[1].

Опрос, проведенный Институтом молодежи в 1998 г., показал, что каждый второй молодой человек мечтал стать предпринимателем и иметь собственное дело. При этом 33% молодых людей

[1] *Маслов В.И.* Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры. М., 2004. С. 208.

были убеждены, что хороши любые доходы; 20% считали, что взятка – нормальный способ зарабатывания денег, а каждый десятый готов был идти на грабеж[1].

Более того, по данным Института социологии РАН, проводившего в 1995 г. опрос 315 мелких и средних предприятий, следует, что «предприниматели, занятые в малом и среднем бизнесе, признают, что им приходится скрывать часть доходов от налогообложения (78%), подкупать должностных лиц (61%), говорить неправду в интересах своего дела (70%)»[2].

Тем не менее некоторые ученые считают, что такого рода подходы к ведению бизнеса имеют право на существование. Так, по мнению И.А. Юрасова, «принцип соблюдения законности является переходным принципом, определяющим удовлетворение потребности персонала. Главенство экономических принципов и их связь с принципом организационного развития является первичным в философии управления. Поэтому правильно поступают руководители предприятий, переживающих не лучшие экономические времена, когда используют «серые», а иногда и «черные» схемы выплат денежных средств своим сотрудникам. В данном случае нарушается принцип соблюдения законодательства, но соблюдаются принципы экономической целесообразности, поддержания возможностей для дальнейшего развития»[3].

Вторая, более глубокая причина состоит в том, что лишь малая часть руководителей организаций малого и среднего бизнеса прониклась принципом «философии общей судьбы», при котором интересы работодателя и работника равнозначны. Тем не менее большинство социологов считают, что данный принцип отражает философию управления персоналом и определяет перспективность развития организации[4]. От того как быстро произойдет осознание отечественным топ-менеджментом сути данной «философии», зависит переход нашего бизнеса к стратегическому управлению человеческими ресурсами, что предполагает улучшение качества трудовой жизни работников и появление солидарной социальной ответственности.

---

[1] См.: Московский комсомолец. 1998. 29 мая.

[2] Социологические исследования. 1998. № 1.

[3] *Юрасов И.А.* Философия управления персоналом в России на современном этапе // Управление персоналом. 2004. № 18. С. 49–50.

[4] См.: *Чужакин П.И.* Корпоративная культура. Ростов н/Д, 2002. С. 53.