

**Научная статья**

<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2024-12-41>

УДК 316.7



**Attribution**

cc by

## СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДИКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

*Говердовская Е.В., Пром Н.А., Ковалева М.Д.*

*Волгоградский государственный медицинский университет Минздрава России*

**Аннотация.** В статье рассматриваются социально-психологические показатели формирования корпоративной культуры в России. Проведен анализ фундаментальной литературы и современных исследований в проблемном поле. Для анализа использован материал социологических опросов ВЦИОМ. Согласно полученным данным, позитивным трендом формирования корпоративной культуры является высокая оценка россиянами соблюдения норм безопасности труда в организации. Самые низкие оценки респондентов получили такие показатели, как социальный пакет; стабильность, уверенность в том, что изменений к худшему не случится; возможность обучения за счет работодателя; хорошая зарплата и эффективность управления, сильный менеджмент. На моделях российской компании «Газпром» и американской клиники Майо продемонстрировано, что неудовлетворенность респондентов отсутствием возможности профессиональной переподготовки за счет работодателя представляется значимым дефектом менеджмента, затрудняющим формирование корпоративной приверженности. Сделаны выводы о том, что формирование корпоративной культуры перестало быть феноменом в реалиях российских предприятий и организаций. Имплементируется успешный западный и отечественный опыт, рефлексия которого позволяет констатировать тотальную инкультурацию россиян в ценностно-мотивационную среду организаций. В то же время, на материале вторичного анализа всероссийского опроса ВЦИОМ показаны риски формирования деструктивных типов корпоративной культуры: слабый менеджмент организаций, отсутствие мотивации к профессиональному росту и психологической поддержки. Выводы: формирование корпоративной культуры во многом зависит от позиции администрации/руководителя, освоение которыми навыков эффективного менеджмента будет способствовать ее развитию.

**Ключевые слова:** корпоративная культура, организация, социальные экспектации, ценности.

## SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL PREDICTORS OF THE FORMATION OF CORPORATE CULTURE

*Elena V. Goverdovskaya, Natalia A. Prom, Marina D. Kovaleva*

*Volgograd State Medical University" of the Ministry of Health of the Russian Federation*

**Abstract.** The article examines the socio-psychological indicators of corporate culture formation in Russia. An analysis of fundamental literature and modern research in the problem field is conducted. The analysis uses the material of sociological surveys of the All-Russian Public Opinion Research Center. According to the data obtained, a positive trend in the formation of corporate culture is a high assessment by Russians of compliance with labor safety standards. The lowest ratings were received by Russians for such indicators as a social package; stability, confidence that changes for the worse will not happen; the possibility of training at the expense of the employer; good salary and management efficiency, strong management. Using the model of the Russian company Gazprom and the American Mayo Clinic, it is demonstrated that respondents' dissatisfaction with the lack of an opportunity for professional retraining at the expense of the employer seems to be a significant management defect that hinders the formation of corporate commitment. Conclusions are made that the formation of corporate culture has ceased to be a phenomenon in the realities of Russian enterprises and organizations. Successful Western and domestic experience is implemented, the reflection of which allows us to state the total enculturation of Russians into the value-motivational environment of enterprises. At the same time, the secondary analysis of the all-Russian VTSIOM survey shows the risks of forming destructive types of corporate culture: weak management of organizations, lack of motivation for professional growth and

*psychological support. The formation of corporate culture largely depends on the position of the administration/manager, whose mastery of effective management skills will contribute to its development.*

**Keywords:** corporate culture, organization, social expectations, values.

#### **Актуальность.**

Интеграция государственных предприятий в рыночную экономику, цифровая трансформация всех отраслей экономики, развитие культуры потребления формируют тренды корпоративной культуры современных организаций [1; 2]. Социальный эффект рассматриваемой инкультурации является предметом изучения в междисциплинарном поле экономических, социологических, психологических наук [3].

**Цель** работы – экспликация социально-психологических предикторов формирования корпоративной культуры в национальных реалиях.

#### **Материалы и методы.**

Проведен анализ современных исследований с глубиной 5 лет по материалам открытых баз данных, а также фундаментальных работ в рассматриваемом проблемном поле. В работе применен анализ вторичных данных базы ВЦИОМ 2024 года – эмпирический материал социологического опроса по стратифицированной случайной выборке. Группа респондентов включала 1126 россиян, в возрасте от 18 лет до 57 лет для женщин и до 62 лет для мужчин [7]. Данные взвешены по социально-демографическим параметрам. Предельная погрешность с вероятностью 95% не превышает 2,5%. Математическая обработка данных проведена методами вариационной статистики.

#### **Результаты. Обсуждение.**

Современные подходы к изучению корпоративной культуры базируются на классических идеях Т. Парсонса, предложившего инвариантный подход AGILE, основанный на установлении взаимосвязи между культурой организации и результатами ее деятельности. Векторные функции корпорации, необходимые для ее успешности и развития, составляют квинтэссенцию AGILE подхода:

✓ adaptation (адаптация);  
✓ goal-seeking (достижение целей);  
✓ integration (интеграция);  
✓ legiacy (легитимность).

Использование AGILE позволяет реализовать взаимное влияние корпоративной культуры на работу компании: культуры и поведения сотрудников организации и влияние культуры на процесс достижения общих результатов.

Предлагаемые классификации корпоративной культуры фокусируют одну или несколько функций AGIL. Например, функции интеграции и достижения целей позволяют определить бюрократическую, предпринимательскую и партисипативную культуры, последняя из которых наиболее эффективна для развития компании, где каждый является участником общего дела/процесса и все объединены общей целью. Российские компании, имеющие развитые экосистемы в бизнесе, успешно имплементировали в свои стратегии императивы корпоративной культуры. В то же время, корпоративная культура в государственных организациях характеризуется бюрократическими атавизмами советского наследия.

Для исследования предикторов формирования корпоративной культуры была использована статистическая база ВЦИОМ. Опрос, проведенный в сентябре 2024 г, содержал закрытый вопрос работающим россиянам до пенсионного возраста: «Оцените по 5-балльной шкале, где 1 - совершенно не удовлетворен, 5 - полностью удовлетворен, насколько Вы удовлетворены на текущем месте работы следующими условиями...». На основе полученных данных была эксплицирована матрица возможных дефектов формирования корпоративной культуры по ряду социально-психологических предикторов (рис.1).

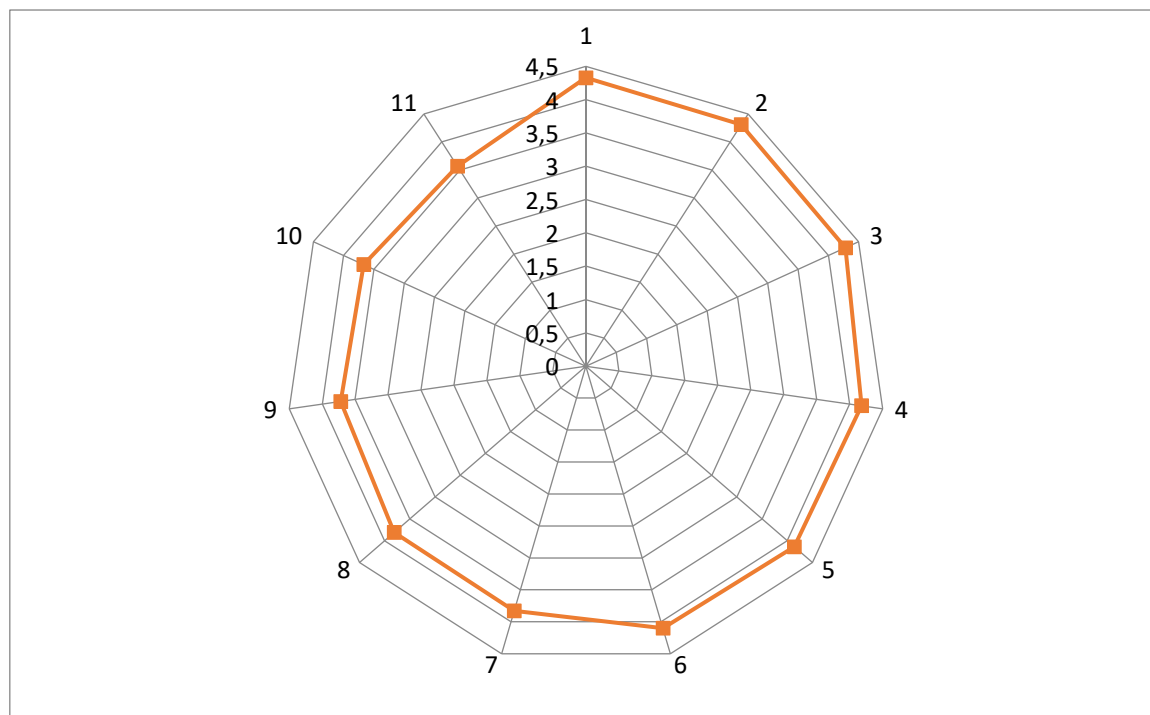


Рис. 1 Удовлетворенность россиян текущим местом работы (по 5-ти балльной шкале)[7], где:

- 1 - Соблюдение норм безопасности труда.
- 2 - Удобный график работы.
- 3 - Полное и своевременное выполнение компанией своих обязательств перед работниками (оплата труда, премии, соцпакет, условия труда).
- 4 - Возможность применить профессиональные знания и навыки.
- 5 - Благоприятный психологический климат в коллективе.
- 6 - Комфортные условия на рабочем месте.
- 7 - Социальный пакет.
- 8 - Стабильность, уверенность в том, что изменений к худшему не случится.
- 9 - Возможность обучения за счет работодателя.
- 10 - Хорошая зарплата.
- 11 - Эффективность управления, сильный менеджмент.

Безусловно, позитивным трендом формирования корпоративной культуры является высокая оценка россиянами соблюдение норм безопасности труда, получившая максимальные 4,33 баллов [5; 6]. Самые низкие оценки (менее 4 баллов) получили у россиян такие показатели, как социальный пакет (3,83); стабильность, уверенность в том, что изменений к худшему не случится (3,81); возможность обучения за счет работодателя

(3,72); хорошая зарплата (3,67) и эффективность управления, сильный менеджмент (3,57).

Если ожидание высокой/хорошей зарплаты носит очевидный характер, то низкая оценка респондентами показателей, обусловленных неэффективным менеджментом позволяет эксплицировать возможные деструкции корпоративной культуры, которая по определению Эдгара Шейна, представляет собой совокупность основных предположений, которые группа усвоила при решении проблем внешней адаптации и внутренней интеграции, и которые доказали свою эффективность [4].

Эффективное влияние корпоративной культуры на успешность компании демонстрирует известный опыт клиники Майо - корпорации, занимающей лидирующие позиции в медицинском бизнесе США.

Корпоративная культура клиники Мэйо опирается на следующие принципы работы: Безопасность для персонала и пациентов. Командная работа. Честность и справедливость. Прозрачность[8].

Клиника Майо уделяет существенное влияние профессиональному росту своих сотрудников, мотивируя их на высокие результаты.

Таким образом, рассматриваемая неудовлетворенность респондентов отсутствием возможности профессиональной переподготовки за

счет работодателя представляется значимым дефектом менеджмента, затрудняющим формирование корпоративной приверженности.

Согласно результатам опроса, проведенного среди россиян, рейтинг наиболее привлекательных для места трудоустройства возглавляет

компания «Газпром», которую выбирает каждый четвертый респондент (рис.2). На втором месте с большим отрывом находятся компании «Росатом» и «РЖД», которые выбрали 13-15% респондентов.

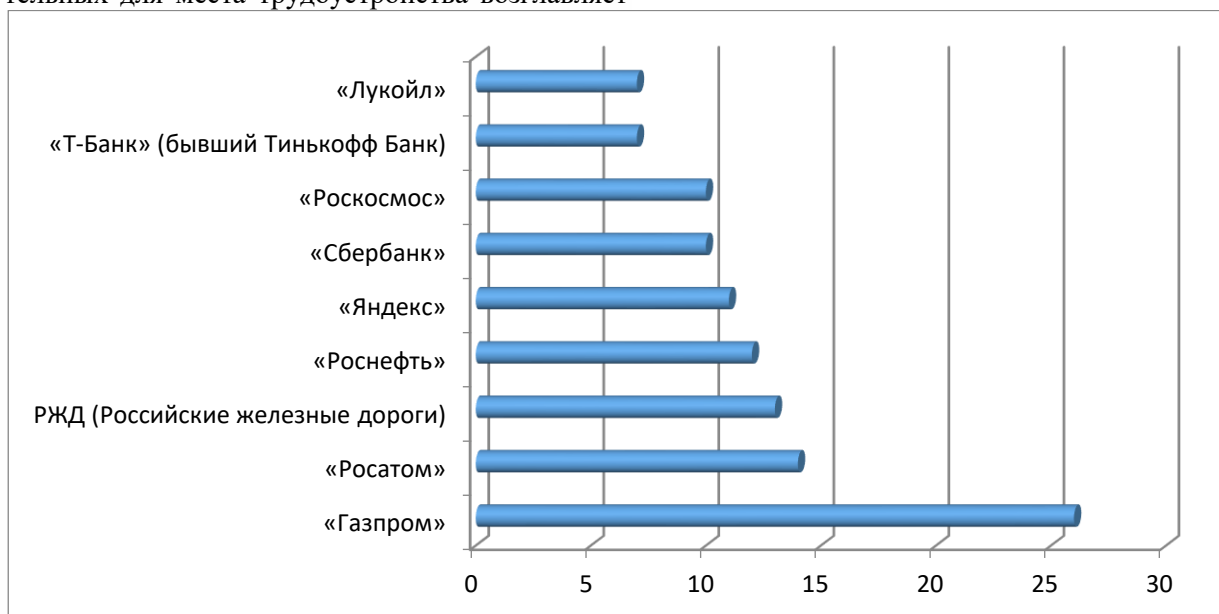


Рис. 2. Рейтинг российских компаний, соответствующих ожиданиям россиян[9].

(По оси ординат: российские компании. По оси абсцисс: число респондентов, считающих компании наиболее привлекательным местом работы).

Принципы корпоративной культуры ПАО «Газпром» закреплены в Кодексе корпоративной этики, в котором профессионализм рассматривается как корпоративная ценность[10]. Примечательно также, что в Кодексе компания именует себя «Общество», закрепляя партисипативный вид корпоративной культуры.

#### Заключение.

Формирование корпоративной культуры перестало быть феноменом в реалиях российских предприятий и организаций. Имплементируется

успешный западный и отечественный опыт, рефлексия которого позволяет констатировать тотальную инкультурацию россиян в ценностно-мотивационную среду организаций/предприятий. В то же время, на материале вторичного анализа всероссийского опроса ВЦИОМ показаны риски формирования деструктивных типов корпоративной культуры: слабый менеджмент организаций, отсутствие мотивации к профессиональному росту и психологической поддержки. Формирование корпоративной культуры во многом зависит от позиции администрации/руководителя, освоение которыми навыков эффективного менеджмента будет способствовать ее развитию.

#### Конфликт интересов

Не указан.

#### Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

#### Conflict of Interest

None declared.

#### Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

#### Литература:

1. Ковальжина Л.С., Саитмамбетова Э.А., Юрко В.А. Корпоративная культура: институциональная регуляция и опыт практической реализации // Социодинамика. 2024. № 4. С.65-69
2. Доница А.Д. Социологический прогноз комплаентности молодежи к современным векторам государственной политики. Монография. Тамбов, 2023. 88 с

3. Худайкулова Н.А., Говердовская Е.В. Формирование культуры потребления инновационных технологий в медицине // *Экономические и гуманитарные исследования регионов*. 2024. № 3. С. 72-79.
4. Шейн Э.Х. *Организационная культура и лидерство*. СПб.: Питер, 2002. 336 с. С 29
5. Абидова З.К., Мальцев Т.К. Формирование ноксологической культуры врача // *Экономические и гуманитарные исследования регионов*. 2024. № 3. С. 67-72.
6. Филиппов А.В. Уроки пандемии: этика безопасности // *Биоэтика*. 2021. № 1 (27). С. 32-35.
7. [Электронный ресурс]: режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/luchshii-rabotodatel-rossii-2024> (Дата обращения: 20.09.2024)/
8. Клиника Мэйо. Официальный сайт [Электронный ресурс]: – URL: <https://www.mayoclinic.org> (дата обращения 05.09.2024).
9. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/luchshii-rabotodatel-rossii-2024>
10. [www.gazprom.ru](http://www.gazprom.ru)

#### References:

1. Kovalzhina L.S., Saitmametova E.A., Yurko V.A. *Corporate Culture: Institutional Regulation and Experience of Practical Implementation*. 2024. № 4. P.65-69
2. Donika A.D. *Sociological forecast of youth compliance with modern vectors of state policy. Monograph. Tambov, 2023. 88 p.*
3. Khudaykulova N.A., Goverdovskaya E.V. *Formirovanie kul'tury potrebleniya innovatsionnykh tekhnologii v meditsine [Formation of the culture of consumption of innovative technologies in medicine]*. 2024. № 3. Pp. 72-79.
4. Shein E.Kh. *Organizatsionnaya kultura i liderov [Organizational culture and leadership]*. St. Petersburg, Piter Publ., 2002. 336 p. P. 29
5. Abidova Z.K., Maltsev T.K. *Formation of the Noxological Culture of the Doctor // Economic and Humanitarian Studies of the Regions*. 2024. № 3. Pp. 67-72.
6. Filippov A.V. *Lessons of the pandemic: safety ethics*. 2021. № 1 (27). Pp. 32-35.
7. [Elektronnyi resurs]: rezhim dostupa: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/luchshii-rabotodatel-rossii-2024> (Date obrashcheniya: 20.09.2024).
8. Mayo Clinic. *Official website [Elektronnyi resurs]*: – URL: <https://www.mayoclinic.org> (accessed 05.09.2024).
9. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/luchshii-rabotodatel-rossii-2024>
10. [www.gazprom.ru](http://www.gazprom.ru)

#### Информация об авторах:

**Говердовская Елена Валентиновна**, доктор педагогических наук, профессор, заведующая кафедрой гуманитарных наук и биоэтики ПМФИ, филиал ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный медицинский университет Минздрава России», E-mail: [elena\\_goverdovskaya@mail.ru](mailto:elena_goverdovskaya@mail.ru)

**Пром Наталья Александровна**, доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой иностранных и латинского языков, Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации, [natalyprom77@mail.ru](mailto:natalyprom77@mail.ru)

**Ковалева Марина Дмитриевна**, доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры гигиены и экологии, Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации, [mdkovaleva@volgmed.ru](mailto:mdkovaleva@volgmed.ru)

**Elena V. Goverdovskaya**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Department of Humanities and Bioethics of the Primary Institute of Physics and Physics, Branch of the Volgograd State Medical University of the Ministry of Health of the Russian Federation.

**Natalia A. Prom**, Doctor of Philological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Foreign and Latin Languages, Federal State Budgetary Institution of Higher Education "Volgograd State Medical University" of the Ministry of Health of the Russian Federation.

**Marina D. Kovaleva**, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Professor of the Department of Hygiene and Ecology, Federal State Budgetary. Institution of Higher Education "Volgograd State Medical University" of the Ministry of Health of the Russian Federation.