

УДК 658.310.7

КУЛЬТУРА ФИРМЫ В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Гудкова Т.В.

*МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва,
e-mail: tat-gud@yandex.ru*

Исследованы уровни понятия культуры в контексте экономической теории. Показана значимость культуры фирмы как фактора, оказывающего влияние на эффективность функционирования хозяйственной организации. Выявлены основные преимущества, достигаемые фирмами с высоким уровнем развития культуры.

Ключевые слова: экономическая культура, социальный капитал, культура фирмы

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 культуру.

Цель исследования: обосновать значение культуры фирмы как важного фактора, влияющего на эффективность ее функционирования.

Материал и методы исследования

Осуществлен сравнительный анализ уровней понятия культуры в контексте экономической теории, а также анализ различных подходов к пониманию места и роли культуры фирмы в хозяйственной деятельности.

Господствующее в современной экономической теории направление, базируясь на неоклассических принципах, все более наталкивается на трудности, вызванные слабым вниманием к национальной специфике, к роли социокультурного и других

неэкономических факторов. Фактически происходит искажение реальной картины мира. В этой связи можно согласиться со следующей оценкой: «Представление о реалистической модели развития опирается на два основополагающих принципа, а именно, исследование объективных тенденций современного мирового развития и анализ неэкономических факторов, которые воспроизводятся в той или иной стране... Последняя группа факторов включает в себя социокультурные ценности как наиболее глубокий и устойчивый слой неформальных институтов общества. Ближе всех к пониманию этого стоит институционализм, ориентированный на социально-экономическое направление экономической теории» [8].

Под влиянием институционалистов в последние десятилетия экономистами все чаще признается значительное влияние культуры на хозяйственную деятельность человека. Указанное направление, исторически представленное, прежде всего политэкономией, изучает хозяйство как совместную деятельность людей, как общественное воспроизводство, в процессе которого между его участниками складываются объективные отношения, зависящие главным образом от уровня развития материальных условий производства. Поведение хозяйствующих субъектов рассматривается как обусловленное их местом и ролью в общественном производстве, го-

сподствующим типом социально-экономического присвоения. В «основном течении» современной экономической теории, представленном экономикс, 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, но и общими социально-экономическими условиями, а также институциональной средой, духовными, нравственными и культурными его установками как члена общества.

Хозяйственную деятельность человека, так же как и культуру, следует рассматривать как часть общей социальной системы общества. Т. Парсонс [5] 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.

Ряд известных исследователей обращают внимание на то, что в индустриальном рыночно-капиталистическом обществе человек отчуждается от результата своего труда, 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» [9]. Труд начинает выступать только как средство поддержания физического существования, как несвободная деятельность, совершающаяся под влиянием внешней необходимости.

Сторонники постиндустриальных концепций отмечают, что мотивация современной деятельности отражает совершающийся ныне переход от достижения человеком

внешних по отношению к нему самому целей к задаче самосовершенствования. Формулируя «концепцию человеческой революции», А. Печчеи отмечает, что «она ставит в центр всех проблем человека способ его существования и образ жизни. Она предполагает, что в человеке сокрыты огромные невыявленные душевные и культурные возможности. Прогрессивное развитие человека принесет с собой реальный пересмотр восприятия человеком самого себя» [5]. Создаются предпосылки для перехода к миру «сотворчества, диалога, неотчужденных отношений, в которые включены человек и его творческая деятельность, предметный мир культуры» [10].

Постиндустриальные тенденции не могут не воздействовать на саму систему экономических отношений. Имеющиеся у индивида знания, производственные навыки и мотивации, повышающие производительность труда и приносящие индивиду доход под влиянием работ американских экономистов Теодора Шульца и Гэри Беккера, стали называть человеческим капиталом [1]. Как и неоклассическая парадигма, первоначальная версия теории человеческого капитала, предложенная «экономическими империалистами», основывалась на концепции строго рационального и самостоятельного поведения индивидов. Идеи Беккера провоцировали разработку новых концепций, которые отражали бы такие аспекты «человеческих ресурсов», которые не зависят (или не полностью зависят) от воли и сознания отдельного человека [7]. В связи с этим, как представляется, можно говорить о возможности расширения сферы внимания экономической теории, но не только за счет анализа таких современных характеристик, как информация, человеческий капитал, инновационное развитие и т.п., а и через большее обращение к внеэкономическим формам жизнедеятельности людей, включая социокультурный фактор, во многом определяющий своеобразие хозяйственного поведения экономических субъектов.

Культурный фактор можно рассматривать как составную часть «социального капитала». В последние годы указанное понятие стало активно закрепляться в научном лексиконе. Его основоположником считается американский экономист-социолог Дж. Коулман. Определяя социальный капитал через призму норм взаимоотношений индивидов, он подчеркивает, что «в отличие от иных форм капитала, социальный капитал свойственен структуре связей между акторами и среди них. Это не зависит ни от самих акторов, ни от средств производства» [2]. Это именно «капитал» как распространенное в последнее время универсальное выражение всех экономических ресурсов, повышающих производительность труда и доход (в данном случае мы не будем обращать внимания на научную корректность этого понятия). Дж. Коулман соотносит данный вид «капитала» с другими видами и, в частности, с «человеческим капиталом» и замечает: «Если физический капитал полностью осязаем, будучи воплощенным в очевидных материальных формах, то человеческий капитал менее осязаем. Он проявляется в навыках и знаниях, приобретенных индивидом. Социальный же капитал еще менее осязаем, поскольку он существует только во взаимоотношениях индивидов» [2].

Следует отметить, что усиление внимания экономической теории к проблеме воздействия социокультурного фактора на деятельность субъектов поможет также глубже понять и культурно-историческое своеобразие хозяйственной деятельности, значение которого возрастает в связи с противоречивым воздействием глобализации на функционирование национально-государственных систем и отторжением национальными хозяйственными культурами навязываемых (в том числе и с помощью экспансии экономикс) англо-саксонских «стандартов». Таким образом, просматриваются две причины возрастания роли культуры в экономике (соответственно, и в экономической теории): постиндустриальная и национально-специфическая.

Социокультурный фактор, несмотря на его, казалось бы, неэкономическую природу, имеет важное значение в экономической жизни и проявляется в следующих аспектах: «во-первых, в его воздействии на качество рабочей силы (труда) как фактора производства..., во-вторых, в его проникновении в саму ткань экономических отношений, в том числе в способы экономической координации через формы взаимодействия субъектов экономики, степень их доверия друг другу..., в-третьих, в его влиянии на структуру форм хозяйствования и собственности, на способы организации и управления экономической деятельностью..., в-четвертых, в его прямой связи с поведением экономических субъектов» [3].

Осознание того, что все в обществе взаимосвязано, и каждая из сфер деятельности человека находится в глубокой взаимосвязи с достигнутым состоянием культуры, становится все более очевидным. Экономическая (хозяйственная) культура непосредственно связана с общей культурой, с развитием человека в целом и во многом определяется ими, и в то же время оказывает прямое воздействие на экономическую культуру личности. Исходя из этого, можно выделить три уровня содержательного анализа феномена культуры (таблица).

Если *экономическую культуру* рассматривать как способ освоения человеком, сообществами и обществом в целом экономической (хозяйственной) действительности на макро-, мезо- и микроуровнях, то, опираясь на анализ структурных уровней экономики, можно сделать вывод о том, что одной из ее составных частей является *культура фирмы*. Прежде чем заняться ее предметным анализом, следует остановиться на самом понимании фирмы. Наиболее распространенное ее понимание сводится к тому, что это экономический субъект, который занимается хозяйственной деятельностью и обладает самостоятельностью в принятии решений по вопросам: что, как и в каких размерах производить, где, кому и по какой цене продавать свою продукцию. Фирма объединяет ресур-

сы для производства определенных экономических благ с целью максимизации прибыли. Фирму можно рассматривать и как один из институтов (институциональных организаций) 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.

Типы, субъекты и уровни анализа культуры

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

В целом в экономической теории выделяют несколько подходов к исследованию фирм и, в частности, классическую, неоклассическую, маржиналистскую, технологическую, бихевиористскую, эволюционную, управленческую, институциональную теории фирмы. Неоклассическая теория, господствующая в экономикс, 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). Неоклассический вариант теории фирмы исходит из ее существования, а также из обособления рынка факторов производства от рынка продуктов, как из готовой предпосылки. Поведение предприятий характеризуется эффективностью решений по поводу производственной программы, в частности, выбора рыночной стратегии, организации труда.

Практика и реальная экономическая действительность потребовали пересмотра постулатов неоклассической теории фирмы, так как за пределами ее внимания остались

многие стороны внутренней среды фирмы и самого ее возникновения. Она отказывается от поиска первопричины возникновения фирмы: фирма выглядит как заданная статическая величина, а владение ею является результатом случайного распределения между людьми. Слабости данного подхода пытаются преодолеть институциональное направление, в большей степени нацеленное на изучение и объяснение феномена возникновения такого института, как фирма, и на выявление, по аналогии с живым организмом, закономерностей его развития и исчезновения.

Институциональный подход 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, воплощаемые в так называемых неформальных правилах (определенные привычки, поведение, обычаи и т.п.).

Указанная школа предлагает четыре основных подхода к изучению фирмы как института. Два из них (теория прав соб-

ственности 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» (формальных и неформальных). Два других построены на исследовании законов существования фирм (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. Фирма, являясь совокупностью контрактных отношений внешнего и внутреннего уровней, имеет дело с таким типом издержек, как трансакционные издержки, которые можно классифицировать следующим образом: издержки поиска информации, ведения переговоров и заключения контрактов, измерений, спецификации и защиты прав собственности, оппортунистического поведения. Если издержки организации сделок через фирму меньше издержек при их организации на открытом рынке, то эти сделки агрегируются во внутреннюю структуру фирмы. Таким образом, институт фирмы формируется на принципе включения долгосрочных контрактов в ее внутреннюю структуру. В современной институциональной теории под фирмой понимается коалиция владельцев факторов производства, связанных между собой сетью контрактов, в результате чего достигается минимизация трансакционных издержек.

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 управляющими, между поставщиками и потребителями продукции, которые могут рассматриваться в качестве неформальных контрактов. Итак, основой институциональной теории фирмы является контрактная концепция фирмы.

Институциональная теория, по сравнению с неоклассическим подходом, расширяет рамки экономического анализа исследованием влияния неэкономических факторов на экономические процессы. В качестве этих факторов рассматриваются элементы государственно-правовой системы, обеспечивающей спецификацию и защиту прав собственности, социальные нормы, традиции, культурные особенности. Экономическая организация рассматривается как социальный институт, который концентрирует в себе определенный порядок, заданный индивидуальным организационным построением, существующим законодательством и внешними институтами[4]. Внутри этой системы действуют некоторые устойчивые закономерности, которые формируют *культуру фирмы* и оказывают влияние на межличностные отношения, а впоследствии и на принимаемые решения.

При определении *культуры фирмы* исследователи ссылаются чаще всего на образцы поведения и ценностные ориентации, которых придерживаются участники фирмы в своих действиях. Используя принятую в институционализме терминологию, можно определить ее как *совокупность неформальных правил (не фиксируемых в законах и контрактах), полуформальных правил (фиксируемых лишь во внутренних документах и кодексах) и отчасти формальных правил (вошедших в законы и контракты), отражающих коллективное представление участников фирмы (принципалов и агентов или коалиций агентов) об их взаимодействии, поведении и об облике фирмы.*

При этом культура фирмы есть локальное звено в совокупности видов культур в экономической жизни. Ее общими осно-

вами выступают экономическая культура общества (экономическое сознание населения, научная экономическая культура) и хозяйственная культура (культура хозяйственной деятельности: в частности, производственная культура, инвестиционная культура, трудовая культура, этика бизнеса и т.п.). На культуру фирмы оказывают влияние многие факторы как экзогенного характера (социально-экономический строй, национальная культура страны, национальные культуры деловых партнеров, импорт институтов, законодательство, научно-технический прогресс, возрастание роли человеческого капитала и др.), так и эндогенного характера (экономическое состояние и технологический уровень фирмы, организационная форма и структура предприятия, этнический и профессиональный состав коллектива, субъективные качества менеджеров и др.).

В данной работе были названы две причины усиления внимания к роли культуры в экономике (постиндустриальная и национально-специфическая), которые, конечно, можно распространить и на роль культуры фирмы. В более прикладном смысле следует учитывать то, что в современный период происходит значительное нарастание изменчивости условий, в которых протекает хозяйственная деятельность фирм: наряду с изменением запросов потребителей, нарастают и усложняются проблемы производства и сбыта продукции, нехватки ресурсов, ужесточения конкуренции, усложняются взаимоотношения между фирмой и государством, фирмой и обществом. Ввиду этого, у фирм возникает потребность в проведении серьезных изменений своей внутренней среды с целью приспособления к происходящим процессам, тем более в условиях продолжающегося экономического кризиса.

Подчеркнем основные преимущества, достигаемые фирмами с высоким уровнем развития культуры:

– повышается устойчивость фирмы в случае ухудшения внешней среды;

– снижаются транзакционные издержки;
– образуется экономия на издержках управления, поскольку упрощается формальная структура организации;

– создаются благоприятные условия для повышения качества человеческого капитала;
– у работников формируется чувство сопричастности и идентичности с фирмой, что усиливает их стимулы к трудовой деятельности;

– усиливается устойчивость взаимоотношений принципалов и агентов как участников фирмы, укрепляется социальное партнерство;

– устраняется несогласованность в действиях работников, в результате чего растет производительность труда;

– растет качество труда и продукции;

– создается неповторимый облик фирмы, что является важным фактором неценовой конкуренции на рынках, серьезным конкурентным преимуществом фирмы.

В России пока еще не сложилась должная нацеленность на формирование культуры фирмы. До сих пор многие отечественные руководители не уделяют вопросам культуры должного внимания. Это обусловлено и тяжелым финансовым положением многих российских фирм, и неразвитостью социального партнерства и самоорганизации работников, и слабой научно-методической базой, и некачественным менеджментом, и недостаточным вниманием к этому вопросу со стороны государства и предпринимательских союзов. Все это создает весьма мозаичную картину культуры российских фирм. При этом, однако, следует отметить, что российская культура фирмы в силу особенностей переходного периода обладает большой вариантностью и альтернативностью. Она в отличие от сложившихся и устоявшихся культур зарубежных фирм может более свободно развиваться по разным направлениям или комбинировать в себе разные варианты. Главное, чтобы это развитие сочеталось с национальной культурой, социальной ответственностью и экономической эффективностью.

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 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.

Список литературы

1. Беккер Г. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. – М.: ГУ-ВШЭ, 2003.
2. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // *Общественные науки и современность*. – 2001. – №3. – С. 124.
3. Кульков В.М. Социокультурные факторы национальной экономики // *Общество. Государство. Политика*. – 2009. – № 6. – С. 91–92.
4. Максимов А.Д. Институциональные основы развития экономических организаций. – СПб.: СПбГИЭУ, 2003.
5. Парсонс Т. Система координат действия и общая теория систем действия: культура, личность и место социальных систем // *Американская социологическая мысль*. – М., 1994.
6. Печчеи А. Человеческие качества // <http://eco9571.narod.ru/lib>.
7. Доверие в современной России (компаративистский подход к «социальным добродетелям») / М. Сааки, Ю. Латов, Г. Ромашкина, В. Давыденко // *Вопросы экономики*. – 2010. – № 2. – С. 83.
8. Сидорович А.А. Методологические основы исследования национальной экономики и проблемы ее преподавания // *Общество. Государство. Политика*. – 2009. – №6. – С. 99–100.
9. Фромм Э. Иметь или быть // www.philosophy.ru/library/fromm.
10. Экономика знаний и инноваций: перспективы России / под ред. А.В. Бузгалина. – М.: Теис, 2007. – С. 37.

Рецензент –

Меньшикова М.А., д.э.н., профессор, зав. кафедрой маркетинга и управления персоналом ГОУ ВПО «Курский государственный университет», Курск.

CULTURE OF FIRM IN THE CONTEXT OF THE ECONOMIC THEORY AND ECONOMIC PRACTICE

Gudkova T.V.

*The Moscow State University of M.V. Lomonosova, Moscow,
e-mail: tat-gud@yandex.ru*

The levels of the concept of culture in the context of economic theory are examined in the article. The importance of culture of firm as the factor influencing efficiency of functioning of the economic organization is shown. The basic advantages reached by firms with a high level of development of culture are revealed.

Keywords: economic culture, the social capital, culture of firm