

УДК 101.1:316

С. В. Короткий

Национальный минерально-сырьевой университет «Горный»

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ГЛОБАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ

Рассмотрен анализ сущности корпоративной культуры глобальных корпораций, которая раскрывается на основе анализа развития концепции организационного поведения, причин возникновения корпораций и развития корпоративной формы управления, сущности глобализации, признаков глобальных корпораций, источников возникновения общечеловеческих ценностей, лежащих в основе современного мирового инкорпорационного процесса.

Организационная культура, корпорация, глобализация, глобальная корпорация, корпоративная культура

Глобальные корпорации являются одними из ключевых элементов формирования нового мирового порядка. «Из 100 крупнейших экономик в мире, 52 – транснациональные корпорации, остальные – государства. Свыше 2/3 внешней торговли и около половины мирового промышленного производства и приходится на ТНК. Они контролируют примерно 80 % технологических нововведений и ноу-хау» [1]. Корпоративная культура – важнейший элемент обеспечения их эффективного функционирования и развития, в связи с чем необходимо четко понимать источники формирования корпоративной культуры глобальных корпораций и основные тенденции их развития.

Первые работы, в которых упоминалось понятие «культура фабрики», появились в начале 50-х гг. XX в. Сама же проблема природы и содержания организационной культуры серьезное внимание исследователей привлекла только в конце 1970-х гг. К основным вехам развития концепции «организационной культуры» можно отнести следующие исследования:

1977 г. – Томас Дж. Питерс первым проанализировал аспект символического управления с целью привлечения внимания к концепции «мейнстрим» в организационной теории.

1982 г. – Томас Дж. Питерс совместно с Робертом Уотерменом продемонстрировали преимущества компаний с сильной идеологией на широких ценностных установках.

1983 г. – Луис Понди с коллективом авторов выступил редактором первого системного изложения взглядов на проблемы символического управления.

1983 г. – Линда Смирчич исследовала, как система принятых понятий развивается и поддерживается в организациях путем символических организационных процессов, а также показала, как эти понятия характеризуют общность организационной культуры и отличительные качества членов организации.

1984 г. – Томас Сердзовани и Джон Корбалли выпустили первый широко признанный сборник докладов на тему о перспективе организационной культуры, где четко изложили фундаментальные базовые понятия организационной культуры и перспективы символического управления.

1989 г. – Алан Уилкинс показал, что трудно, но возможно изменить элементы организационной культуры, не разрушая уже существующие позитивные аспекты культуры.

1992 г. – Джон Коттер и Джэймс Хескет доказали наличие явной связи между культурой организации и ее прибыльностью; основными показателями культуры они считали

предельное внимание к потребителям, ко всем участникам созидательного процесса, делегирование обязанностей и преданность непрерывному совершенствованию труда.

Если провести параллели с функционированием мировой экономики, то основные научные исследования, посвященные организационной культуре, приходится на момент возникновения и развития транснациональных и многонациональных компаний. В настоящее время организационная культура рассматривается как один из ключевых факторов развития и устойчивого функционирования компании на рынке.

К настоящему времени не выработано единой трактовки понятия «организационная культура», тем не менее, в рамках данного исследования возьмем за основу следующее определение: *организационная культура – система ценностей, правил и норм, выступающих ориентиром веры, размышления, поведения и действий сотрудников компании, передающаяся через «символические» средства духовного и материального внутриорганизационного окружения.*

Организационная культура рассматривается как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения организации и отдельных лиц на общие цели, мобилизовать инициативу сотрудников, обеспечивать преданность, облегчать общение.

Анализируя структуру организационной культуры, Е. Шейн выделяет три ее уровня: поверхностный (артефакты), внутренний (провозглашаемые ценности) и глубинный (базовые представления) [2, с. 35–45]. Знакомство с организационной культурой начинается с поверхностного уровня, включающего такие внешние организационные характеристики, как продукция или услуги, оказываемые организацией, используемая технология, архитектура производственных помещений и офисов, наблюдаемое поведение работников, формальное языковое общение, лозунги и т. п. На внутреннем уровне изучению подвергаются ценности и верования, разделяемые членами организации в соответствии с тем, насколько эти ценности отражаются в символах и языке. Восприятие ценностей и верований носит сознательный характер и зависит от желания людей. Исследователи часто ограничиваются этим уровнем, так как на следующем уровне возникают почти непреодолимые сложности. Третий, глубинный уровень включает базовые предположения, которые трудно осознать даже самим членам организации без специального сосредоточения на этом вопросе. Эти скрытые и принимаемые на веру предположения направляют поведение людей, помогая им воспринять атрибуты, характеризующие организационную культуру.

Традиционно корни культуры лежат в религии, законы и заповеди которой, оставленные в священных книгах, принимаются на веру. Исследования организационной культуры второй половины XX в. начинаются с анализа содержания и уровней культуры, выявления ее основных элементов. Затем акцент смещается на способы и методы изменения традиционных культур, и, наконец, исследования посвящаются разработке подходов к формированию организационных культур, максимально соответствующих миссии организации. Другими словами, авторство культуры «отбирается» у Богов и передается человеку: секуляризация в духе концепции гуманизма. Однако именно в корпорации при внедрении корпоративной культуры круг замыкается, поскольку авторство опять возвращается Богу (социальное воплощение экуменистического движения в экономической сфере). Для обоснования данной гипотезы необходимо рассмотреть природу и сущность корпорации.

В литературе существуют различные определения корпорации. Однако большинство из них сводится к тому, что корпорация (лат. *corporatio* – объединение, сообщество) – это юридическое лицо, ведущее предпринимательскую деятельность, имеющее право приобретать ресурсы, владеть акциями, производить и продавать продукцию, предоставлять кредиты и брать в долг, выступать в суде, как истцом, так и ответчиком [3, с. 59]. Корпорация представляет собой предпринимательскую организацию, обладающую развитой организационной структурой, широким спектром видов деятельности, существенной долей рынка, обширными хозяйственными связями и профессиональными управляющими [4]. Кроме того, корпорацию определяет совокупность юридических и физических лиц, объединившихся для достижения определенной цели [5]. Как правило, корпорация предусматривает долевую собственность участников и осуществление функции управления профессиональными управляющими (менеджерами), работающими по найму.

Все эти определения имеют право на жизнь, поскольку отражают один из важных аспектов функционирования корпорации, однако в них не отражена ключевая особенность корпорации, отличающая ее от других форм ведения предпринимательской деятельности – *corpus*. *Corpus* (лат. *corpus* – тело) – это основная сумма (совокупность имущества, переданного в доверительное управление, в отличие от процентного дохода, получаемого при инвестировании данного имущества) [6]. Другими словами, единственным ключевым признаком корпорации является передача имущества в доверительное управление или, говоря современным языком, корпоративное управление – разделение функций собственности и управления.

Следовательно, благодатная почва для рождения и становления корпораций возникает лишь в том случае, когда актуализируется проблема управления имуществом другими людьми, что вполне возможно, если собственник не способен сам им распоряжаться. Накопление имущества происходит в процессе инкорпорирования. Инкорпорация (новолат., от *in* – в, и *corpus* – тело) – это 1) присоединение к государству страны, бывшей самостоятельной [7, с. 319], 2) предоставление в соответствии с законом группе лиц статуса корпорации, юридического лица [8, с. 343], 3) систематизация законов государства, расположение их в определенном порядке (хронологическом, алфавитном, по отраслям права) без изменения содержания законов [9]. Все приведенные значения инкорпорации важны для понимания условий рождения корпорации и ее роли в современном обществе.

Присоединение к государству страны, которая ранее была самостоятельной, и, соответственно, теряющей свою самостоятельность после присоединения, – этот процесс в настоящее время называется глобализацией (первое условие рождения корпорации). Другими словами, корпорация является, с одной стороны, инструментом инкорпорирования (глобализации), а с другой, – структурной единицей глобального государства.

Предоставление государством на основе законов статуса корпорации как второе условие ее рождения требует исторического экскурса. Важно отметить, что если основная задача корпорации – глобальное общество, то к корпорациям можно отнести не только коммерческие, но и некоммерческие социальные структуры, действующие в том же направлении (например, образовательные или медицинские организации). «В пьянящей атмосфере начала–середины XIX в. выдача разрешений на учреждение корпораций достигла в Америке небывалого размаха. Школы и колледжи, медицинские, сельскохозяйственные и благотворительные общества, церкви, большие и малые города осаждали власти штатов просьбами о выдаче хартий. Число корпораций быстро росло. К 1817 г. оно уже достигло

почти двух тысяч... В то время не видели существенных различий между чисто коммерческими и квазиобщественными организациями. Каждый на свой лад трудился на пользу молодой республики» [10]. «Корпорации открытого типа включают: муниципальные корпорации, районные корпорации, «корпорации, учрежденные для общественных нужд»» [11].

Первым шагом инкорпорирования стала колонизация, потому именно в колониях должны быть максимально комфортные условия для рождения корпораций. «Инкорпорация обрела благодатную почву в американских колониях» [10], именно там возникли первые корпорации, и именно американские корпорации до настоящего времени составляют большинство мировых корпораций.

«На протяжении XVI–XVII вв. английские предприниматели добивались королевских уставных грамот для разнообразных коммерческих предприятий, включая торговые отделения в Балтии, России и Ирландии, а также «плантаций», как именовались новые поселения в Америке. Первые предприятия, получившие хартии, были акционерными компаниями, капитал которых состоял из вкладов нескольких пайщиков, а первой корпорацией с постоянным фондом акционерного капитала принято считать созданную в 1600 году английскую Ост-Индскую компанию» [10]. Таким образом, корпорации, в том виде, в каком они существуют сегодня, изначально возникли для управления колониями и одновременно для усиления королевской власти (раздача привилегий через хартии, дарующие фаворитам исключительные права и льготы).

Третье ключевое условие возникновения корпорации – закон. Роль закона в данном случае очевидна лишь в сфере создания институциональных условий функционирования корпораций, однако, намного важнее понимать в данном случае закон как фундамент для построения системы ценностей и мировоззренческих устроений, которые, в свою очередь, лежат в основе построения глобального государства и его институтов, к которым относится и корпорация. Анализ сущности и источника современных законов уводит нас в сферу религии, что вне рамок данного исследования, отметим лишь одно из первых проявлений закона в социуме в виде институционализма. В общем виде понятие «институционализм» включает два аспекта. Во-первых, это обычаи, традиции, нормы поведения, принятые в обществе, – «институции». Во-вторых, это закрепление норм и обычаев в виде законов, организаций, учреждений, т. е. «институтов». Институционализм – одно из направлений государственоведения XX в., рассматривающее политическую организацию общества как комплекс различных объединений граждан – «институций» (например, семья, партия, компания, государство и т. п.) [12]. Однако корень слова «институция» (лат. *institutio* – учение) появился значительно раньше: так назывались элементарные учебники частного права римских юристов. Наибольшей известностью пользуются институции Гая, римского юриста, жившего во II в. Гай был идеологом рабовладельцев. Вся его деятельность была направлена на обеспечение интересов господствующего класса и, прежде всего, на обоснование неограниченного права собственности рабовладельцев на рабов [13, с. 85]. Таким образом, законодательная система обеспечивает интересы ограниченного круга лиц.

Что же касается корпораций, то исторический факт в том, что «большую часть проблем, связанных с корпорациями, решали не политики, а судьи» [10]. Это произошло после формирования правовой среды корпоративной деятельности, что стало возможно после американской революции, приведшей к образованию США [10].

Резюмируя можно сказать, что корпорация – это институциональная форма инкорпорирующегося (инкорпорированного) общества, возникшая на основе «хартии» (контракта с правителем) и сформированная законодательной системой (не какими-либо государственными структурами) с целью аккумуляции и использования предоставленного капитала.

Одним из ключевых условий эффективности функционирования корпораций, как и любой другой организации, является объединение усилий сотрудников во имя достижения миссии компании, что осуществляется менеджментом с помощью организационной культуры. Фундаментальным элементом каждой организационной культуры являются ценности, следовательно, для выявления ключевых признаков корпоративной культуры глобальных корпораций, необходимо определить ценности, лежащие в ее основе. Становление глобальных корпораций идет в рамках мирового глобализационного процесса, поэтому глобальные корпорации можно рассматривать как социально-экономическую проекцию либо как инструмент мировой глобализации. Ценности корпоративной культуры глобальных корпораций производны от ценностей инкорпорированного общества, элементами которого корпорации являются, следовательно, для определения базовых ценностей корпоративной культуры глобальных корпораций необходимо выявить базовые ценности глобализации.

Наиболее часто глобализацию (от лат. *globus* – шар) определяют как процесс усилившейся глобальной взаимозависимости государств, экономик, культур, характеризующийся сжатием мира и интенсификацией осознания людьми мира как единого целого, где земной шар становится всемирной деревней, сопровождаемый ускорением темпов протекания процессов во всех сферах общественной жизни [14, с. 35, 36]. В активную фазу процессы глобализации вступили в начале 90-х гг. XX в. За это время проявился ряд процессов и явлений, которые в современной литературе названы признаками глобализации. К ним относят:

- формирование единого цивилизационного пространства (единое информационное пространство, язык общения, унификация различного рода социальных стандартов, подходов к развитию образования, воспитания, организации быта, унификация в одежде, питании и т. п.);
- формирование единого планетарного государства (стирание национальных границ, создание ЕС (Шенген), введение единых законов, единой валюты (евро, амеро) и т. п.);
- формирование мирового экономического пространства (единые подходы, свободное перемещение капиталов, товаров, сервиса и т. п.).

Глобализация – процесс всемирной экономической, политической, культурной и религиозной интеграции и унификации. Унификация (от лат. *unus* – один, *facio* – делаю; объединение) – приведение к единообразной системе или форме. В настоящее время существует два подхода к пониманию процессов глобализации. Первый основан на том, что глобализация рассматривается как процесс «углубляющейся взаимосвязи и взаимозависимости во всех сферах международного сообщества, предполагающей партнерские и равные отношения участников глобализационного процесса» [15, с. 399]. Глобализация рассматривается как смена социальной парадигмы, при которой вместо «евроцентристского мира, в котором доминирующие позиции занимают основополагающие параметры западной рационалистической цивилизации, возникает новая всепланетарная цивилизация на началах органического сочетания единства и неделимости мирового сообщества, с одной стороны, диверсификации и плюрализма центров, народов, культур, религий т. д., с другой» [16, с. 5]. Такой подход к пониманию глобализации предполагает, что множество различных этниче-

ских, национальных, социальных, экономических, культурных, политических и иных отношений и связей, интегрируясь, приобретают всемирный характер, образуя общечеловеческие ценности. «Глобализация – процесс сближения и роста взаимосвязи наций и государств мира, сопровождающийся выработкой общих политических, экономических, культурных и ценностных стандартов» [17].

Второй подход рассматривает глобализацию как процесс уничтожения нежизнеспособных культур в процессе конкурентной борьбы, в которой выживает сильнейший, исключая возможность интеграции разнородных культурных элементов. «В столкновении языков, менталитетов, традиций, культур, религий, политических систем, товаров и услуг, которое сопровождает процесс глобализации, конкурентоспособным оказывается не столько тот, кто умеет защитить себя с помощью протекционистских мер и самоизоляции (что дает временный эффект), не столько тот, кто сильнее и умеет заставить, навязать свои ценности, политические традиции, товары, сколько тот, кто способен стать примером для подражания, стать уникальным лидером в своей области» [17]. Анализ глобализационных процессов показывает, что декларируемая интеграция культур, политических систем, экономик, ценностей, на самом деле оказывается банальным навязыванием другим странам определенной системы ценностей, правил жизни автором глобализационного процесса – США. «Глобализация есть дело рук западнистского сверхобщества, метрополией которого являются США... Социальная же сущность глобализации заключается в следующем: западнистский мир во главе с США ведет борьбу за установление единого мирового порядка» [18].

Существуют три основных вида глобализации, выделяемые исследователями данной проблематики. Во-первых, это экономическая глобализация. «Глобализация экономики – это процесс изменения структуры мировой экономической системы, когда экономики отдельных государств интегрируются в общую систему» [19]. Глобализация экономики – это процесс экономического сближения государств, результатом которого становится формирование в масштабах всего мирового хозяйства интегрированного рынка товаров, услуг, капитала, рабочей силы и знаний. Экономическая глобализация, реализуемая активной деятельностью ТНК, приводит к тому, что национальная экономика во все большей степени выходит из сферы национального государственного контроля.

Во-вторых, культурная глобализация. Она проявляется в разнообразных формах: унификация научных знаний, высшего образования, всемирное распространение западной массовой культуры, международные фестивали, интернациональные общественные движения, потеря культурной самобытности и т. п. [20, с. 215].

В-третьих, политическая глобализация, лежащая в основе и определяющая культурную и экономическую глобализацию. Под влиянием глобализации традиционные социальные институты передают свои полномочия формируемому новому мировому правительству на базе G20. Структурами нового планетарного государства являются международные наднациональные организации: ООН, МВФ, ВТО, международный суд в Гааге, выносящий приговоры политическим деятелям независимых государств. Кроме того, встречается и добровольное ограничение своего суверенитета государствами – трансферт суверенитета, т. е. передача его части в распоряжение общих структур интегрирующихся государств, например, Европейский союз.

В основе глобализационного процесса лежат общечеловеческие ценности – комплекс понятий, входящих в систему философского учения о человеке. К общечеловеческим ценностям относятся жизнь, свобода, счастье, а также высшие проявления природы человека, раскрывающиеся в его общении с себе подобными и с трансцендентным миром.

Являются ли декларируемые общечеловеческие ценности универсальными или эта концепция – инструмент манипулирования сознанием и общественным мнением? В рамках этой концепции утверждается, что, несмотря на различие национальных культур, религий, уровня жизни и развития народов существуют одинаковые для всех ценности, следовать которым должны все без исключения. Другими словами, эти ценности свойственны всем изначально, но некоторые народы по различным причинам избегают счастья, стремятся к рабству и смерти.

Во внешней политике США защита «общечеловеческих ценностей» (демократия, защита прав человека, свобода и т. д.) перерастают в открытую военную и экономическую агрессию против тех стран и народов, которые хотят развиваться иным путем, отличным от мнения лидера мирового сообщества, что особенно хорошо видно при реализации политики двойных стандартов в последние десятилетия.

Если взять такую базовую «общечеловеческую ценность», как право на жизнь, прописанное во Всеобщей декларации прав человека ООН, то и тут можно найти достаточно примеров различных мировых культур, в которых жизнь не является абсолютной ценностью. Кроме того, если кто-то присваивает себе монополию на выдачу права на жизнь, то в его руках оказывается и право на лишение человека выданного права на жизнь, если тот не использует свою жизнь для воплощения в жизнь других общечеловеческих ценностей, т. е. право свободы оказывается противоположным праву на жизнь (политики двойных стандартов в правовом поле).

Другими словами, термин «общечеловеческие ценности» – это эвфемизм, прикрывающий стремление Запада к навязыванию нового мирового порядка и новой системы ценностей. Глобализационная система ценностей является новой для большинства населения Земли, но не для всех. Таковыми были, например, «ветхозаветные десять заповедей – фундаментальные нормы социального поведения, данные «богоизбранному народу» свыше и не распространявшиеся на иные народы. С течением времени, по мере осознания единства человеческой природы и приобщения к мировой человеческой цивилизации народов, ведущих примитивный образ жизни, общечеловеческие ценности стали утверждаться во всепланетарных масштабах» [21]. Однако и в рамках десяти заповедей не все так однозначно, например, позиция мусульманства и христианства в отношении многоженства.

Таким образом, концепция «общечеловеческих ценностей» является развитием устаревшей и отработавшей концепции «интернационализма», созданной в условиях капитализма в процессе освободительной борьбы пролетариата разных стран против национальных элит и национализма как основной силы, противодействующей инкорпорированию. «Экономической основой, на которой возникает пролетарский интернационализм, является общественный характер производства и международный характер производительных сил, развивающихся в недрах капитализма. Непосредственной ареной освободительной борьбы пролетариата является его собственная страна, непосредственным противником – «своя» национальная буржуазия» [22].

Реализация концепции «общечеловеческих ценностей» идет в политической, культурной и экономической сферах. Глобальная экономика нуждается в новых формах организации, которые, с одной стороны, наиболее соответствуют новым реалиям, а с другой, – являются основой ее функционирования. Этими «кирпичиками» стали глобальные корпорации, история которых началась еще в XVII в.

Первыми, созданными на принципах глобальных компаний, стали Dutch East India Company (1600), British East India Company (1602), Hudson's Bay Company (1670). Несмотря на то, что о глобализации в XVII в. думать было преждевременно, именно эти компании являются образцом формирующихся глобальных корпораций, разница лишь в масштабе деятельности, но не в принципах функционирования.

Показательна история первой в мире корпорации – Британской Ост-Индской компании, созданной 31 декабря 1600 г. указом Елизаветы I и получившей обширные привилегии для торговых операций в Индии. Коммерческая компания вскоре приобрела правительственные и военные функции, которые утратила только в 1858 г. Британская Ост-Индская компания обладала не только монополией на торговлю в Индии, а также мироустроительными концептами, собственными денежными знаками, военным флотом, вооруженными частями, своей спецслужбой, отдельной дипломатией и т. п. С помощью Ост-Индской компании была осуществлена британская колонизация Индии и ряда стран Востока. Ост-Индская компания является прообразом современных корпораций и одновременно образцом.

В конце XIX – начале XX в. роль экономики в жизни общества стала возрастать и, соответственно, стали увеличиваться роль и вес экономических субъектов. Лишь с этого времени можно говорить о становлении, планомерном и систематическом развитии экономической системы, роль которой со второстепенной и обслуживающей постепенно превращается в первостепенную и ключевую. Соответственно, реальное основание для планомерного и «массового» развития компаний, когда инициатива ведения предпринимательской деятельности переходит от государства к субъектам данного государства, можно вести лишь с конца XIX в.

Теоретико-методологические аспекты глобализации деловой активности компаний исследованы в трудах Д. Даннинга (J. H. Dunning), Р. Вернона (R. Vernon), С. Андерссона (S. Andersson), В. Андреффа (W. Andreff), С. Н. Пителиса (C. N. Pitelis). Среди российских ученых можно отметить работы И. Г. Владимировой, Ю. А. Голиковой, Н. Х. Вафиной, О. В. Климовец, А. Либмана, А. Мовсеяна, А. К. Субботина и др. В работах этих авторов рассматривались теоретико-методологические основы транснационализации стран и компаний. Однако универсального представления о сущности и природе глобальной компании в науке не выработано. Причиной является использование ошибочной методологии определения сущности глобальной компании, по которой глобальные компании рассматриваются как результат роста ТНК и представляют собой их разновидность, стоящую на следующей стадии «международности» своего развития.

Рассматривать глобальную организацию как следствие развития традиционных компаний национальных государств некорректно, поскольку глобальная компания является элементом совершенно другой системы управления, в которой нет национальностей, отличий, границ, уникальности.

Критерии, применяемые к национальным компаниям, ТНК или МНК, неприменимы к глобальным, поэтому и признаками глобальной компании не могут быть традиционные

признаки национальных и транснациональных компаний. Это объясняется следующими обстоятельствами. Как правило, выделяют три критерия ТНК:

- география деятельности (количество стран, где оперирует компания, как правило, две и более);
- многонациональность персонала;
- владение не менее 25 % акций, т. е. контроль над предприятиями; размер компании по обороту, активам, прибыли.

В глобальной корпорации учитывать количество филиалов в различных странах не имеет смысла, в связи с глобализацией экономики. Критерий транснациональности, т. е. пересечения капиталом, товарами и услугами границ, также теряет смысл в условиях интеграционной экономики. «Во все более глобализирующемся мире буква «F» в «FDI» исчезает (т. е. термин «прямые иностранные инвестиции» утрачивает слово «иностранное»). Это особенно верно для компаний, которые аккумулировали опыт и способности, необходимые, чтобы действовать интернационально» [23]. Такие компании рассматривают мировую экономику в целом и принимают решения не на базе национальных интересов, а на стратегических и экономических основаниях.

Многонациональность персонала как ключевой признак ТНК или МНК в глобальной компании также не имеет смысла, поскольку все граждане одного государства.

Размер для глобальных компаний также не показателен, поскольку, с одной стороны, «глобальные компании – это компании, производящие товары и услуги и занимающие монопольное или олигополистическое положение на 80 % и более мирового рынка, с международным характером организации производства, разработки и маркетинга продукции, с интегрированной системой управления и характером собственности, не позволяющими отнести их к какому-либо национальному хозяйству» [23]. С другой стороны, и небольшие по размеру компании можно определить как глобальные. «Мы уже глобальная компания. Глобальная компания – это не большая компания, это не такая компания, которая везде присутствует. Глобальная компания – это та, которая эффективна, которая сильна», – охарактеризовал «Норильский никель» Владимир Потанин [24]. Эффективность компании не является признаком ее принадлежности к глобальным корпорациям, однако В. Потанин прав в том, что глобальная компания – это не та, которая везде присутствует. В XVIII–XIX вв. «подавляющее большинство корпораций составляли мелкие предприятия» [10].

Глобальное общество пока не построено, потому говорить о глобальной компании в чистом виде преждевременно, однако компанию, которая стремится к глобальным целям, использует ресурсы для формирования социальной среды глобального государства, можно на данном этапе называть «глобальным игроком». Этот термин используется в зарубежной деловой периодике, означая наиболее совершенную форму ТНК [23].

Итак, глобальная корпорация – социально-экономический институт глобального общества (причем социальные задачи преобладают над экономическими) и, соответственно, основные элементы корпоративной культуры глобальной компании являются производными от глобальных общечеловеческих ценностей.

Как глобальная корпорация не является очередным этапом развития ТНК, так и рассматривать корпоративную культуру как эволюцию организационной культуры некорректно, поскольку основой создания, анализа и формирования организационной культуры являются религиозные, национальные, культурные и т. п. отличия, которые в рамках корпо-

ративной культуры нивелированы, заменены унифицированными общечеловеческими ценностями, которые как и традиционные культуры имеют религиозные корни. По аналогии с предприятиями Советского Союза, где об организационной культуре говорить бессмысленно, поскольку она едина для всех предприятий, фабрик и заводов, и определялась КПСС, так и корпоративная культура едина для всех глобальных корпораций и определяется религиозными ценностями.

Именно в корпоративной культуре наиболее четко проявляется суть культуры, заложенная в этимологии слова. Культ (лат. «уход, почитание») – строгая система богослужбной жизни или форма религиозного действия, представляющая собой совокупность специфических действий (ритуалов, обрядов, церемоний), вызванных соответствующим вероучением и направленных на сферу сакрального.

Предельная задача организационной культуры – убедить сотрудников в том, что цель организации – их цель, успех организации – их успех, работа в организации – их жизнь, т. е. сделать из организации фетиш, превратить в сознании людей организацию в источник их жизни, причем принять они эту идею должны добровольно, поскольку только в этом случае они будут максимально использовать свой потенциал на благо корпорации. Соответственно, квинтэссенцией развития корпоративной культуры является корпоративная религия. «Корпоративная религия – это целостная концепция, согласно которой компания выбирает «духовный» менеджмент... Корпоративная религия – сила, дающая полномочия. Она помогает всем в компании поверить в одно и то же» [25, с. 132].

Цель корпоративной религии – вовлечь человека в исполнение корпоративных ритуалов, приносящих руководству прибыль, а исполнителю – простое человеческое счастье в виде религиозного экстаза. В сети ресторанов быстрого обслуживания «Chick Fil A» с молитвы начинаются все общие собрания. Менеджеры не жалеют похвал в адрес прочных браков своих сотрудников, и все предприятия компании закрыты по воскресеньям. Вице-президент фирмы Тим Тассопулос говорит, что цель компании – «славить Господа»: «Я уверен в том, что моя деятельность является выражением высших ценностей» [26]. Другая сеть ресторанов быстрого обслуживания «In and Out Burger» печатает стихи из Библии на бумажных стаканчиках. Такие крупные концерны как «Ford», «AOL», «American Airlines» и «Intel» поддерживают религиозные объединения среди сотрудников. Подобная философия управления отражает усиливающуюся тенденцию в американском бизнесе. Из российских примеров можно привести «Пятерочку» – один из наиболее удачных отечественных опытов по применению принципов корпоративной религии [27, с. 42].

Проведенный анализ развития концепции организационного поведения, причин возникновения и развития корпоративной формы управления, сущности глобализации позволяет сделать вывод о том, что в основе корпоративной культуры глобальных корпораций лежат общечеловеческие ценности экуменизма. Корпоративные культуры различных глобальных корпораций унифицированы и высшей формой развития корпоративной культуры является корпоративная религия. Именно в развитии корпоративной культуры американские гуру менеджмента (П. Друкер, Й. Адизес и т. п.) видят основной ресурс повышения эффективности глобальных корпораций в настоящее время.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. 10 корпораций, которые правят миром // Око планеты. URL: <http://oko-planet.su/politik/politiklist/114646-10-korporaciy-kotorye-pravyat-mirom.html> (дата обращения: 28.03.2016).
2. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / пер. с англ.; под ред. В. А. Спивака. СПб.: Питер, 2002. 336 с.
3. Короткий С. В. Корпоративное управление: учеб. пособие. СПб.: Изд-во СЗТУ, 2010. 258 с.
4. Журова Л. И., Ломакин А. Н. Финансовый анализ деятельности корпорации // Вестн. Волжского ун-та. 2010. № 20. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/finansovyy-analiz-deyatelnosti-korporatsii> (дата обращения: 28.03.2016).
5. Экономический словарь. URL: <http://enc-dic.com/economic/Korporacija-6829.html> (дата обращения: 28.03.2016).
6. Англо-русский экономический словарь. URL: http://economy_en_ru.academic.ru (дата обращения: 28.03.2016).
7. Чудинов А. Н. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. СПб., 1894. 1004 с.
8. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. 3-е изд., доп. М.: Рус. яз., 2005. 1210 с.
9. Новый словарь иностранных слов. EdwART, 2009. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/17266/%D0%98%D0%9D%D0%9A%D0%9E%D0%A0%D0%9F%D0%9E%D0%A0%D0%90%D0%A6%D0%98%D0%AF (дата обращения: 28.03.2016).
10. Рождение корпорации. URL: <http://www.corpo.su/node/583> (дата обращения: 28.03.2016).
11. Гританс Я. М. Корпоративные отношения: правовое регулирование организационных форм. URL: <http://www.classs.ru/library/node/1935> (дата обращения: 28.03.2016).
12. Энциклопедический словарь. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/es/23253/> (дата обращения: 28.03.2016).
13. Советский юридический словарь / под ред. С. Братусь, Н. Казанцева, С. Кечекьян и др. М.: Госюриздат, 1953. 781 с.
14. Блинов А. С. Национальное государство в условиях глобализации: контуры построения политико-правовой модели формирующегося глобального порядка. М.: МАКС Пресс, 2003. 149 с.
15. Тарасова Н. Е. Сущность и особенности глобализации на современном этапе развития экономики // Молодой ученый. 2013. № 10. С. 398–400.
16. Актуальные вопросы глобализации // Междунар. экономика и междунар. отношения. 1999. № 4. С. 3–8.
17. Большая актуальная политическая энциклопедия. URL: http://greater_political.academic.ru (дата обращения: 28.03.2016).
18. Социальная сущность глобализации. Интервью А. Зиновьева. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=129&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 28.03.2016).
19. Проблема глобализации. Основные современные проблемы глобализации. URL: <http://fb.ru/article/197554/problema-globalizatsii-osnovnyie-sovremennyye-problemyi-globalizatsii> (дата обращения: 28.03.2016).
20. Вебер А. Б., Галкин А. А., Красин Ю. А. О России с тревогой и надеждой. М.: Алетей, 2008. 435 с.
21. Философская энциклопедия. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/ (дата обращения: 28.03.2016).
22. Интернационализм. URL: <http://www.esperanto.mv.ru/> (дата обращения: 28.03.2016).
23. Егоров И. А. Корпоративные стратегии глобальных компаний на примере автомобильных ТНК: автореф. дис. ... канд. экон. наук / Ин-т философии РАН. URL: <http://www.dissercat.com/content/korporativnye-strategii-globalnykh-kompanii-na-primere-avtomobilnykh-tnk> (дата обращения: 28.03.2016).

24. Потанин В. Мы уже глобальная компания. Информ. агентство 1-Line. URL: <http://1line.info/ekonomika-intervyu/item/50178-potaniin> (дата обращения: 28.03.2016).

25. Кунде Й. Корпоративная религия. СПб.: Стокгольм. шк. экономики, 2002. 267 с.

26. Религия и бизнес становятся побратимами. URL: <http://www.golos-ameriki.ru/content/a-33-2007-07-25-voa2/657885.html> (дата обращения: 28.03.2016).

27. Короткий С. В. Корпоративная религия // Науч. вестн. оборонно-промышл. комплекса России. 2012. № 1. С. 62–70.

S. V. Korotkii

National mineral resources university (Mining University)

THE CORPORATE CULTURE OF GLOBAL COMPANIES

The article analyzes the essence of corporate culture of global corporations, which is revealed on the basis of the analysis of the development of the concept of organizational behavior, causes of corporations appearance and development of corporate governance, the essence of globalization, signs of global corporations, sources of human values underlying the modern world incorporation process.

Organizational culture, corporation, globalization, global corporation, corporate culture

УДК 117, 130.2

И. В. Кузин

Санкт-Петербургский государственный университет

СТАТУС И РОЛЬ ТЕЛЕСНОСТИ У «РАННЕГО» К. МАРКСА И В ФЕНОМЕНОЛОГИИ Э. ГУССЕРЛЯ

Представляется интерпретация и развитие феноменологического подхода Э. Гуссерля к проблеме телесности с целью определения возможностей сравнения этого подхода с положениями К. Маркса в работе «Экономическо-философские рукописи 1844 года». Показывается, что у Маркса также присутствует тема телесности (предметности), как значимая в раскрытии природы человека. В процессе анализа выясняется, что между философскими позициями этих разных мыслителей существует ряд не прямых (смысловых) совпадений, выявление которых делает более понятной актуальность проблемы телесности.

Маркс, Гуссерль, телесность, тело, мысль, «я», предмет, мир, человек, родовая сущность

В исследовательской литературе уже давно исполнена периодизация творчества К. Маркса, и в этой периодизации в целом неизменным остается указание на младогегельянский период, так называемый «ранний» Маркс, когда осуществлялось переосмысление гегелевской философии, вершиной которого по праву стали «Экономическо-философские рукописи 1844 года». Именно эти рукописи привлекали в наибольшей степени западных экзистенциалистов, в то время как другие мыслители (в частности, наиболее известные из «Франкфуртской школы»), как и подавляющее большинство советских марксистов, обращались к наследию более позднего периода, условно берущего свое начало с «Манифеста коммунистической партии».

В данной статье через обращение к нескольким фрагментам рукописи 1844 г. попытаемся продемонстрировать существующий в них крайне интересный и в чем-то неочевидный