

Р. И. Мамина, С. И. Царева

Санкт-Петербургский государственный электротехнический
университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК СОВРЕМЕННЫЙ МНОГОФАКТОРНЫЙ ФЕНОМЕН

Рассматривается корпоративная культура как современный многофакторный феномен на примере роли корпоративной культуры в новой системе – системе управления человеческими ресурсами организации. В качестве составляющих системы выделены и последовательно рассмотрены HR-менеджмент, инновационный кадровый менеджмент, HR-брэндинг или бренд работодателя, эмоциональный менеджмент и корпоративная культура. Показано, что корпоративная культура, являясь новой формой культуры организации, соответствующей современному уровню общественного развития, в новой системе управления выступает как ее ценностное основание, детерминирующее всю систему отношений управленческого характера, которые складываются как внутри, так и во внешней для компании среде.

**Корпоративная культура, организационная культура, система управления
человеческими ресурсами, социокультурная экономика, кадровый менеджмент,
инновационный менеджмент, эмоциональный менеджмент, бренд работодателя,
мотивация персонала**

Развитие информационных технологий и процессы глобализации привели к коренным изменениям во всех сферах общественной жизни. Значительно увеличилась роль знаний, информации и информационных технологий в жизни общества. НТП, с одной стороны, обуславливает все возрастающие возможности жизнедеятельности современного социума, с другой, – налицо изменения, происходящие в его ценностях и целевых установках. Информационный прогресс вынуждает человечество ставить новые цели, определять новые ориентиры, приобщаться к ценностям новой цивилизации.

Однако оказалось, что глобальные процессы, связанные с НТП, имеют не всегда только позитивное начало, отсюда необходимость стратегического подхода к анализу и управлению современными процессами общественного развития в новых условиях, тем более, что самое серьезное влияние эти изменения оказали на традиционные ценности человеческого бытия, поставив под сомнение преемственность исторических и культурных традиций, ценность общения, семейные и духовные ценности, в совокупности составляющих культурное ядро цивилизационного развития общества. В результате в настоящее время в научных кругах особое значение придается гуманитарной составляющей общественного развития как ценностному основанию его настоящего и будущего для предотвращения тех негативных последствий, которые обусловлены развитием новых и новейших технологий. В частности, в экономической теории активно разрабатывается социокультурный подход к развитию новой экономики, основанный не только на инновациях и модернизации преобразований, но и учитывающий специфику социального и культурного капитала каждой отдельно взятой страны как ее конкурентных преимуществ в условиях глобализации. По мнению аналитиков, понимание значения культуры и ее влияния на развитие национальной и мировой экономики является тем стратегическим компасом, который нацелен на формирование социокультурного пространства современного глобального общества и его будущее процветание.

В новых условиях актуализируются также роль и значение культуры организации – корпоративной культуры и как ценностного основания любой организационной структуры, и как ценностной составляющей новой экономики в целом. Остановимся подробнее на рассмотрении корпоративной культуры как современного социокультурного феномена, в частности, на его потенциальных возможностях в формировании новой управленческой системы – системы управления человеческими ресурсами в организации.

Корпоративная культура как понятие и явление. Понятие «корпоративная культура» ввели в теорию и практику научного управления известные западные ученые Р. Акофф, Т. Дилл, А. Кеннеди, Дж. Коттер, Дж. Тернер и др. в конце 80-х – начале 90-х гг. XX в. [1, с. 96]. Однако как явление корпоративная культура возникла значительно раньше, ее становление происходило непосредственно в недрах организационной культуры. По оценке аналитиков, корпоративная культура и как новый вид культуры организации, соответствующий новому уровню общественного развития, и как новое понятие отразила не только те новации, которые появились в процессе перехода от индустриального к пост-индустриальному, информационному обществу, но и окончательно закрепила в качестве основного управленческого инструментария человеческий фактор с главным акцентом на его духовной составляющей.

Корпоративная культура – это современный социокультурный, многофакторный феномен, который реализует себя в самых разных формах. Корпоративную культуру рассматривают и как новую форму социального партнерства, и новую культурную форму, и новую форму организационного поведения и коммуникативного взаимодействия, и новый инструмент управления человеческими ресурсами. Эта многофакторность, с одной стороны, основана на определенных функциях, присущих исключительно корпоративной культуре как новому социокультурному явлению в условиях современной деловой среды. С другой стороны, она основана на системе основных функций корпоративной культуры как культуры организации, где ценностная (аксиологическая) функция выступает в качестве детерминирующей по отношению к другим функциям корпоративной культуры. При этом специфика ценностной функции корпоративной культуры направлена на накопление, продуцирование и воспроизведение системы ценностей, которые провозглашены самой организацией, а также на воспроизведение в том или ином виде всей системы ценностных оснований общественного развития: общечеловеческих, цивилизационных, социально-экономических, национальных, профессиональных и профессионально обусловленных ценностей, так или иначе детерминирующих организационные ценности. Эту систему ценностей можно определить как фундирующее основание существования любой организации, поэтому независимо от формы своего проявления корпоративная культура выступает в качестве базовой основы всех видов взаимоотношений как внутри организации, так и во внешней для нее среде [2, с. 349]. В результате на смену жесткой регламентации и авторитарным методам управления, которые были характерны для организационной культуры, культуры организации периода индустриального общества, в новых условиях вместе с корпоративной культурой приходит атмосфера взаимного уважения и сотрудничества работодателей и работников. Покажем это на примере современной системы управления человеческими ресурсами организации.

Современная концепция управления и ее специфика. В условиях глобализации и влияния информации на экономику и общество в целом происходят революционные изме-

нения в науке управления. Основными активами и движущими силами индустриальной эпохи были машины и капитал, а главным достижением менеджмента – повышение производительности физического труда. По оценке П. Друкера, основателя современного менеджмента, «самым ценным активом любой организации XXI в. как коммерческой, так и некоммерческой станут работники умственного труда и их производительность». [3, с. 13]. В новых условиях организация, чтобы быть успешной, должна всецело способствовать развитию своего основного капитала – работников умственного труда, поэтому система управления, где основное внимание уделяется человеческому фактору, рассматривается как наиболее актуальная, результативная и успешная. В частности, вот как описывает Друкер результативные взаимоотношения «руководитель–подчиненный» в реалиях нового времени: «В современных условиях взаимоотношения “начальника” и “подчиненных” больше напоминают взаимоотношения дирижера оркестра и музыканта. Работники умственного труда являются “подчиненными” в том смысле, что они зависят от “босса”, который принимает их на работу, увольняет, поощряет, наказывает и т. д. … Но руководитель может хорошо работать, – подчеркивает Друкер, – только в том случае, если так называемые подчиненные принимают на себя ответственность за его обучение, другими словами, если они согласны постоянно подсказывать начальнику, для чего нужны маркетинговые исследования или физиотерапевтические процедуры, как они должны проводиться и какими должны быть результаты деятельности в соответствующих областях. В свою очередь “подчиненные” зависят от начальника, потому что именно он определяет общее направление деятельности» [3, с. 12].

Таким образом, современная концепция управления основана на том, что организация в целом и ее работники становятся полноправными партнерами. С одной стороны, у них есть общие цели – успешность и эффективность организации, с другой – организация должна быть ориентирована на благополучие своих работников. В новых условиях понятие «управление персоналом», которое появилось в теории и практике научного управления еще в 50-е гг. прошлого столетия для обозначения функции управления как подбора, найма и адаптации персонала на рабочем месте, наполняется новым содержанием. Сегодня под управлением персоналом понимают вид деятельности организации по руководству и управлению людьми, который направлен на достижение целей организации посредством использования таланта, знаний, навыков и опыта сотрудников, учитывая их удовлетворенность творческим трудом, условиями трудовой деятельности, возможностью самореализации.

В целом современная концепция управления как концепция управления человеческими ресурсами делает основной акцент на стратегических аспектах жизнедеятельности организации и представляет собой систему управления, включающую в себя совокупность различных методов, приемов и технологий организации работы трудового коллектива, отражающих современный уровень общественного развития. Поэтому в новых условиях классический кадровый менеджмент выступает и как относительное самостоятельное целое, и как одна из необходимых составляющих новой управленческой системы. Особое место в этой системе занимает корпоративная культура.

Корпоративная культура в системе управления человеческими ресурсами. Сначала немного о новой системе управления. В условиях новых реалий управление человеческими ресурсами организации представляет собой сложную *систему*, которая состоит из целого ряда подсистем, и в качестве этих подсистем следует выделить традиционное

управление кадрами (или кадровый менеджмент), инновационно-кадровый менеджмент (или инновационное управления кадрами), HR-брэндинг (или бренд работодателя), эмоциональный менеджмент и корпоративную культуру как ценностное базовое основание всей системы управления в целом. Взятые в единстве и целостности они реализуют на практике качественно новый уровень управления трудовыми ресурсами организации, соответствующий вызовам нового времени. Концептуально система управления человеческими ресурсами реализует гуманистический подход, который основан на принципах социального партнерства, социальной ответственности и учете взаимных интересов сторон, в качестве которых выступают сама организация и человек-работник этой организации. Принцип партнерства специалисты рассматривают как основной и необходимый вид экономического сотрудничества в новых условиях. Одним из наиболее важных инструментов реализации этого принципа является корпоративная культура. Ценностная функция корпоративной культуры, как уже отмечалось, направлена не только на продуцирование системы ценностей организации, их накопление и воспроизведение, но и на воспроизведение в том или ином виде всей системы ценностных оснований общественного развития, так или иначе детерминирующих организационные ценности. Поэтому подчеркнем еще раз, независимо от формы своего проявления корпоративная культура выступает в качестве ценностной основы всех видов взаимоотношений, которые складываются в организации и за ее пределами, а следовательно, и ценностным основанием новой системы управления человеческими ресурсами.

Однако составляющие системы используют разные методы управления, поэтому эту модель можно определить как *гибридную*. «Гибридная модель» представляет собой определенную систему, в которой используется два и более методов для решения той или иной задачи. Применительно к системе управления человеческими ресурсами речь идет о разных методах, приемах и технологиях, которые используют составляющие системы в процессе формирования механизмов управления кадрами в конкретных условиях. Поэтому в целом модель достижения поставленной цели применяет методы всех составляющих новой системы управления. Проведем небольшой компонентный анализ новой системы управления для выявления функций, методов решения поставленных задач, а также места и роли каждой из составляющих в системе целого.

Система управления человеческими ресурсами: компонентный анализ. Компонентный анализ системы управления человеческими ресурсами организации необходимо начинаться с анализа кадрового менеджмента как традиционной управленческой системы.

Главная функция традиционного управления кадрами направлена на обеспечение организации качественными кадровыми ресурсами и включает в себя сопутствующие функции:

- осуществление функции подбора персонала для организации, формирование трудового коллектива;
- своевременное выявление потребности в квалифицированных сотрудниках;
- адаптация новых сотрудников на рабочем месте;
- материальная и нематериальная мотивация;
- организация процесса переподготовки сотрудников и курсов повышения квалификации;
- аттестация работников, включающая разработку комплекса критериев, мер и оценок;
- анализ качества выполняемой работы, своевременное выявление проблем в производственном процессе.

В целом классический кадровый менеджмент – это не только теоретическая и методологическая база современной системы управления, но и система практических подходов к

управлению персоналом, разработанных с учетом вопросов, которые так или иначе возникают на рабочем месте в повседневной практике.

В современном кадровом менеджменте принято также выделять четыре основных уровня управления персоналом: *оперативный, тактический, стратегический и политический*. На *оперативном уровне* доминирующей является непосредственная кадровая работа с персоналом как небольшими группами, так и с каждым работником лично, когда это необходимо для решения проблем, которые возникают в рабочем процессе ежедневно между сотрудниками коллектива. *Тактический уровень* управления персоналом характеризуется превалированием управления не отдельными сотрудниками, а персоналом подразделений и организации в целом. *Стратегический уровень* управления основан на формировании стратегии развития системы управления человеческими ресурсами организации в долгосрочной перспективе. На *политическом уровне* происходит контроль разработки и реализации всей кадровой политики организации в целом как результата ее правильной организации на оперативном, тактическом и стратегическом уровнях. В рамках новой системы управления подсистема кадрового менеджмента находится сегодня на той стадии, которая для нее считается наивысшей, а перспективы и новые направления развития, по мнению специалистов, видятся достаточно проблематично. Ценность этой подсистемы помимо выполнения текущих технических задач в организации заключается в том, что на ее теоретико-практической базе формируется следующий компонент системы – *инновационный кадровый менеджмент*.

Инновационный кадровый менеджмент является пограничной областью между инновационным менеджментом и управлением персоналом. Цель инновационного менеджмента в управлении кадрами заключается в построении эффективной системы инновационного управления персоналом организации для формирования и эффективного функционирования инновационно-активного кадрового потенциала.

Инновационный менеджмент является относительно новым направлением в области управления. Однако само понятие «инновация» появилось еще в середине XIX столетия в исследованиях немецких культурологов, и в самом общем смысле оно означало внедрение элементов одной культуры в элементы другой. Известный австрийский экономист, политолог и социолог Йозеф Шумпетер был первым, кто использовал это понятие применительно к экономике и управлению. При исследовании особенностей экономического развития общества он выявил его основную составляющую – *появление нового*, неизвестного ранее участникам мирового или регионального рынка. Шумпетер определил инновацию как создание нового (товара или услуги, с которыми потребители еще не знакомы, открытие нового рынка, неизвестного для страны, или нового источника факторов производства и др.) [4, с. 159]. Важной заслугой Шумпетера считается существенный вклад, который он внес в развитие теории экономики и истории экономических учений. В то же время главной заслугой ученого является факт выделения инновации (в современном значении) как понятия, а также наполнение этого понятия смысловым содержанием, что в итоге позволило сформировать теоретическую базу инновационного менеджмента как самостоятельного направления и современной инновационной экономики в целом. Сегодня понятие «инновация» включено во все сферы общественной жизни. В частности, в системе управления персоналом инновации рассматриваются как новые методы работы с персоналом.

В системе управления персоналом инновации разделяются на два основных вида. К первому относят постепенные улучшения в деятельности персонала, их называют текущими. Второй вид – это прорывные инновации, связанные с резкими, радикальными положительными изменениями, вносимыми в систему управления. Текущие инновации являются плановыми и внедряются плавно и постепенно, коренным образом не изменяя саму систему, а целью внедрения прорывных инноваций является радикальное преобразование системы управления персоналом.

Таким образом, инновационный менеджмент персонала основан на внедрении инновационных технологий в процесс управления. Новое направление менеджмента персонала организации несет новое содержание и особенности управления этими нововведениями в одной из самых сложных сфер – сфере управления персоналом. Одним из примеров нововведений является внедрение в практику управления геймификации систем. Геймификация – использование игровых механик в неигровых процессах, которое способствует вовлеченности персонала в рабочий процесс, стимулирует интеллектуальный и творческий потенциал каждого отдельного работника. Геймификацию рассматривают как самый актуальный и самый популярный тренд в современной HR-деятельности западных и российских компаний, в том числе и с точки зрения привлекательного места работы или HR-брэндинга компаний.

HR-брэндинг или бренд работодателя – это еще один компонент системы, который следует рассматривать как важную составляющую современного управления кадрами. Идея применения маркетинговых технологий на рынке труда, когда продуктом становится работа в компании или вакансия, а целевой аудиторией – соискатели этой работы, появилась в начале 1990-х гг. и сразу получила широкое применение. Однако на первых порах эта идея часто не соответствовала целевым задачам HR-брэндинга. Провозглашенные обещания не всегда соответствовали реальной ситуации. Сегодня компании не только рассказывают о себе как достойном месте работы, но и прилагают серьезные усилия, чтобы эти заявления соответствовали действительности, поэтому оценка эффективности HR-брэндинга компании включает в себя, с одной стороны, оценки независимых экспертов, с другой – мнения соискателей и сотрудников компании [5].

В настоящее время тема «бренд работодателя» стала одной из наиболее востребованных в западном и российском HR-менеджменте как с точки зрения готовности к изменениям в зависимости от потребностей своих целевых аудиторий, так и с точки зрения целостности бренда компании.

Следующая составляющая системы, о которой следует сказать отдельно, – *эмоциональный менеджмент*. Эмоциональный менеджмент – это еще одно новое направление менеджмента, которое сформировалось в конце 90-х гг. прошлого столетия. Точкой отсчета этого направления стала публикация книги Д. Гоулмана «Эмоциональный интеллект» (1995), в которой впервые был обобщен исследовательский опыт ученых, занимавшихся вопросами значения эмоций в жизни людей, в частности П. Сэловей и Дж. Мейера.

Эмоциональный интеллект определяют как способность правильно истолковывать эмоции, которые испытывает человек и окружающие его люди, а также способность контролировать и управлять своими эмоциями и эмоциями других людей. Эмоциональный интеллект представляет собой сложный и все еще не до конца изученный феномен.

В частности, структура эмоционального интеллекта, согласно известному специалисту в области межличностных отношений Т. Бредбери, автору международного бестселлера «Код личности», эмоциональный интеллект – это продукт личной и социальной компетентности. Личная компетентность включает в себя самосознание и самоуправление; социальная компетентность – социальную осведомленность и управление развитием отношений, которая рассматривается ученым как произведение трех предшествующих составляющих эмоционального интеллекта. Бредбери определяет эту способность управлять развитием отношений как способность человека осознавать свои собственные эмоции и эмоции других людей, чтобы успешно взаимодействовать с другими людьми. Однако существуют и другие взгляды на структуру эмоционального интеллекта, в частности, что эмоциональный интеллект включает в себя внутриличностные и межличностные способности, стрессоустойчивость, приспособляемость и жизненный фон.

Сегодня для определения уровня эмоционального интеллекта психологами разработано уже достаточно много специальных методик, в частности, опросник Р. Бар-Она, тест Майера–Сэловея–Карузо, тест Н. Холла, тест Д. В. Люсина и др. Применение этих методик позволяет получить определенный результат, однако на сегодняшний день специалистами все еще не предложено единого общенаучного эффективного метода точного определения уровня эмоционального интеллекта человека [6].

Дальнейшая разработка теории эмоционального интеллекта, а также новые данные исследовательской практики, касающиеся естественнонаучного и психологического знания о роли эмоций в жизни людей, подтвердили значение эмоций не только в условиях повседневности, но и в деятельности на рабочих местах, что, собственно, и стало одной из основных управлеченческих функций эмоционального менеджмента в организации.

В целом эмоциональный менеджмент представляет собой управление эмоциональными ресурсами организации для повышения эффективности ее деятельности и рассматривается исследователями в двух различных направлениях.

Первое направление рассматривает эмоциональный менеджмент как относительно самостоятельное специфическое направление управлеченческой системы. Согласно второму направлению, эмоциональный менеджмент не является самостоятельной подсистемой, поскольку он так или иначе существует во всей системе управления человеческими ресурсами. При этом следует отметить, что рациональное начало содержится в каждом из существующих подходов. Выделение эмоционального менеджмента в относительно самостоятельное направление было необходимым условием абстрагирования для развития нового дисциплинарного знания, определения его предмета, метода, структурно-функциональных характеристик и понятийного аппарата. В то же время следует особо подчеркнуть, что в реальной жизни эмоции и все виды эмоциональных состояний включены в процесс жизнедеятельности человека, поэтому включенность эмоциональной составляющей во все уровни современной управлеченческой системы следует рассматривать как объективную необходимость.

Однако главное условие успешного функционирования современной управлеченческой системы – это развитая *корпоративная культура*.

Корпоративная культура формируется прежде всего как система ценностных оснований коммуникативного характера, детерминирующих организационное поведение компании как внутри, так и во внешней среде. В этой связи отдельно следует остановиться на одной из коммуникативных составляющих корпоративной культуры – этикетной коммуникации.

Любая организация как отдельно взятый социум включает в себя все уровни отношений, которые складываются между людьми в процессе их взаимодействия, поэтому этикетная коммуникация в организации представлена всеми видами этикетной регуляции, в частности, в рамках корпоративной культуры это нормы служебного, корпоративного и делового этикета. Каждый из представленных видов этикета имеет свою специфику и особенности, однако в целом они составляют этикетное пространство корпоративной культуры, которое во многом определяет имиджевые, репутационные и другие информационно-коммуникативные характеристики компании.

Этикет всегда ситуативен, границы видов условны, что в свою очередь стало основанием для использования понятия «деловой этикет» в широком значении, включающем регуляцию всех сфер делового взаимодействия внутри компании и за ее пределами. Однако независимо от того, употребляется ли это понятие в широком значении, или в узком, как непосредственно гостевой этикет официального уровня, главной ценностью этикетной регуляции является сам человек, его отношение к другому как к ценности. Уважение к другому/другим означает, что этикетная регуляция является той первоосновой, на которой выстраивается все здание корпоративной культуры как новой формы культуры организации с главным акцентом на духовном факторе [7, с. 82–83].

Поэтому корпоративная культура по отношению к другим компонентам новой управляемой системы выступает как составляющая базового уровня, поскольку именно корпоративная культура позволяет построить всю систему управления организацией таким образом, что все происходящие в ней процессы становятся для компании ценностным источником формирования социальной ответственности организации во всех сферах ее деятельности и способствуют выстраиванию отношений социального партнерства внутри организации, чтобы затем транслировать их во вне.

Таковы в целом общие характеристики составляющих современной системы управления человеческими ресурсами.

Система управления человеческими ресурсами: становление и развитие. С точки зрения статуса, новая система управления человеческими ресурсами предполагает применение конвергентного (междисциплинарного) подхода к ее изучению. Конвергентный подход представляет собой современное сложное знание, находящееся на стыке естественнонаучных и гуманитарных дисциплин. Такой подход предполагает рассмотрение всех составляющих системы управления человеческими ресурсами уже не относительно самостоятельных ее компонентов, а относительно самостоятельного целого, в частности, как новую систему управления, которая по своему содержанию и свойствам качественно превышает содержание и свойства ее компонентов. В свою очередь теория и практика управления человеческими ресурсами делает сегодня особый акцент на понятии «включенность». При этом тема включенности может быть рассмотрена как с точки зрения взаимообусловленности и взаимосвязи всех составляющих системы, т. е. ее целостности, так и с точки зрения результативности этой взаимосвязи, например, как включенность каждого отдельного работника в процесс жизнедеятельности организации, в том числе и конечных результатов ее деятельности. Однако проблема заключается в том, что все составляющие системы, исключая только традиционный кадровый менеджмент, – это новые направления современной управляемой системы, которые находятся в стадии своего становления и развития. Так, гуманитарную составляющую системы представляют сего-

дня эмоциональный менеджмент и корпоративная культура, однако, несмотря на большой задел, наработанный в каждом направлении как западными, так и отечественными учеными, они еще мало изучены.

В частности, эмоциональный менеджмент, как уже отмечалось, – это новый вид менеджмента, который, находится в стадии становления. В связи с включенностью эмоциональных переживаний во все составляющие системы управления, эмоциональный менеджмент выступает в настоящих условиях объединяющим началом для конкретных знаний. Например, в области лидерства речь идет о новых знаниях социально-психологического характера и современных фоновых знаниях, отражающих специфику нового времени в данной сфере. В числе этих новых знаний одни являются уже общепризнанными и общедоступными (например, значение эмоциональной компетентности для развития лидерских качеств), другие – в состоянии научного поиска (например, знания, которые находятся на стыке социально-психологических и современных областей естественнонаучного знания, в частности, нейробиологии, нейролингвистики, нейроэкономики и др.). Результаты междисциплинарного подхода, который очень активно задействован в рамках эмоционального менеджмента, постепенно становятся достоянием теории и практики современного управления человеческими ресурсами, например, значение обратной связи (в том числе и в ее новом формате – формате геймифицированных систем) для успешной деятельности сотрудников компаний, значение новизны для быстрого усвоения материала, или значение корпоративных историй как для формирования лояльности и корпоративного патриотизма сотрудников, так и для продвижения бренда компании и др. Комплексное владение знаниями естественнонаучного, психологического и социально-психологического характера, а также выработка определенных навыков, касающихся умения взаимодействовать с людьми, с одной стороны, определяют понятия «эмоционально ориентированная коммуникация», «эмоциональное лидерство», «эмоциональные ресурсы», «эмоциональная компетентность», с другой – непосредственно само содержание эмоционального менеджмента как инструмента управления человеческим капиталом организации.

Таким образом, происходящие глобальные информационно-технологические процессы, имеющие свои как позитивные, негативные так и неоднозначные последствия, с необходимостью становятся причиной коренных изменений в жизни общества. С каждым днем увеличивается скорость обмена информацией и, как следствие, усложняются процессы управления не только техническими системами, но и управления людьми в организациях. Современная система управления персоналом является комплексной и поэтому достаточно сложной. В новой системе управления, подчеркнем еще раз, выделяются пять основных подсистем: традиционное управление кадрами, инновационный кадровый менеджмент, HR-брэндинг, эмоциональный менеджмент и корпоративная культура, которая является системообразующим основанием новой модели управления персоналом. Такую систему управления можно определить как гибридную, поскольку она представляет собой комплекс подсистем, каждая из которых, обладает присущими только ей методами управления. Каждый компонент подлежит отдельному рассмотрению, однако в единстве и взаимосвязи они представляют собой новую систему управления человеческими ресурсами, отвечающую современным требованиям общественного развития.

В целом, несмотря на то, что компоненты системы, исключая кадровый менеджмент, представляют собой новые направления управления и находятся в стадии своего становления,

ления и развития, современная модель управления человеческими ресурсами представляет собой сложную многофункциональную, многоуровневую систему экономического, технико-технологического и гуманитарного содержания, соответствующую современному уровню общественного прогресса. Базовым основанием этой системы выступает корпоративная культура. Закладывая ценностные основания деятельности организации, корпоративная культура выстраивает все уровни отношений, которые складываются внутри организации и за ее пределами на основе соблюдения принципов социального партнерства и социальной ответственности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабаева А. В., Мамина Р. И. Деловое общение и деловой этикет. СПб.: Петрополис, 2014. 192 с.
2. Мамина Р. И., Царева С. И. Корпоративная культура как новый инструмент управления человеческими ресурсами // 69-я науч.-техн. конф. проф.-препод. состава СПбГЭТУ «ЛЭТИ»: сб. докл. студентов, аспирантов и молодых ученых, 26 янв. – 4 февр. 2016 г. Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2016. С. 312–316.
3. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. М.: Вильямс, 2000. 286 с.
4. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.: Директ Паблишнг, 2008. 864 с.
5. Осовицкая Н. HR-менеджмент. СПб.: Питер, 2014. 240 с.
6. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект. М.: ACT, 2008. 560 с.
7. Мамина Р. И. Деловой этикет в системе имиджа: философско-культурологический анализ. СПб.: Петрополис, 2012. 232 с.

R. I. Mamina, S. I. Tcareva

Saint Petersburg Electrotechnical University «LETI»

THE CORPORATE CULTURE AS A MODERN MULTI-FACTOR PHENOMENON

The corporate culture as a modern multi-factor phenomenon is considered by the example of the role of corporate culture in the new management system – human resources management system of the organization. As the components of the system are highlighted and consistently considered HR-management, innovative HR management, HR-branding or employer brand, emotional management and corporate culture. It is shown that the corporate culture, as a new form of culture of the organization corresponding to the current level of social development in the new management system serves as the basis of its value, which determines the whole system of relations of administrative character, which are formed both in internal and in external environment of the company.

Corporate culture, organizational culture, human resources management system, socio-cultural economics, personnel management, innovation management, emotional management, employer brand, staff motivation