7. Gurinovich G.V. *Biotekhnologicheskie sposoby proizvodstva produktov povyshennoi pishchevoi tsennosti: monografiia* [Biotechnological methods of producing products of high nutritional value]. Kemerovo, KemIFST, 2002. 202 p.

Kemerovo Institute of Food Science and Technology,
47, Boulevard Stroiteley, Kemerovo, 650056 Russia.
Phone/fax: (3842) 73-40-40,
e-mail: office@kemtipp.ru

Дата поступления: 21.07.2014

УДК 331.101.3

В.П. Зотов, А.М. Дворовенко

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ПРОБЛЕМЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ФАКТОРА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ И ВЗАИМОСВЯЗЬ ЕЕ С ТРУДОВЫМ ПОВЕДЕНИЕМ

Социально-экономические реформы, проводимые в настоящее время, входят в противоречие с российскими нормами национальной культуры, представляя собой не просто замену экономического механизма хозяйствования, но и отрицание образа жизни большинства населения, что приводит к неприятию рыночных отношений. В последние годы, на этапе интенсивного формирования рыночного механизма хозяйствования, очевидно обострение проблемы трудовой мотивации, трудового поведения и рынка труда. Предметом исследования является теоретическое обоснование целесообразности современного рассмотрения трудового поведения и организационной культуры. Очевидна необходимость использования накопленного культурного капитала с учетом особенностей конкретной экономической ситуации. При написании статьи использованы методы сравнения, монографический, обзор литературы по предмету исследования. В статье в качестве постановки вопроса, рассматриваются особенности российской национальной культуры в части особенностей делового оборота. Проведенный анализ организационной культуры позволил выявить отсутствие взаимосвязи национальной организационной культуры и трудового поведения (трудовой мотивации).

Мотивация, труд, трудовое поведение, организационная культура, национальная культура.

Введение

В XX в. Россия испытала множество потрясений, которые привели к смене общественно-политического строя, то есть к перемене политических, экономических, социальных основ общества.

Проводимые в настоящее время социально-экономические реформы входят в противоречие с российскими нормами национальной культуры. Социально-экономические реформы представляют собой не просто замену экономического механизма хозяйствования, но и отрицание образа жизни большинства населения, что приводит к неприятию рыночных отношений.

Цель исследования – установить взаимосвязь (если она существует) между организационной культурой и трудовым поведение (мотивацией).

Актуальность поставленной цели определяется необходимостью поиска резервов активизации трудового поведения (мотивации) в коллективе.

Объект и методы исследования

Вопросы трудового поведения (мотивации) и организационной культуры приобретают особую актуальность с возможностью успешных преобразований в российской экономике в текущей период. При написании статьи определено общее между организационной культурой и трудовым поведением. Именно оно является тем понятием, которое позволяет рассматривать эти научные категории в рамках единой системы.

При изучении любого аспекта, связанного с использованием трудовых ресурсов, на предприятии всегда необходимо иметь дело с управлением трудовым поведением. Рассматривать категорию «трудовое поведение» следует в контексте таких базовых понятий, как «труд» и «трудовая деятельность».

Труд – это целесообразная деятельность, направленная на создание материальных и культурных ценностей [1, с. 13]. Что же касается понятий «трудовая деятельность» и «трудовое поведение», то здесь нет достаточной ясности.

О.В. Ромашов считает, что трудовая деятельность – это жестко фиксированный во времени и пространстве целесообразный ряд операций и функций, совершаемых людьми, объединенными в производственной организации [2, с. 129]. Необходимо отметить, что в течение длительного периода наука о труде занималась анализом трудовой деятельности (анализом операций и действий). Без детального изучения оставалась проблема о том, что же объединяет эти действия и операции. Для представления картины трудовой деятельности необходимо выйти за пределы алгоритмического анализа в сферу коллективной психологии. По нашему мнению, трудовое поведение – это групповые индивидуальные действия, которые показыва-

ют интенсивность реализации человеческого фактора на предприятии.

Под социальным поведением (трудовое поведение является разновидностью социального поведения) в социальной сфере понимают процесс целенаправленной активности человек [3, с. 128].

Методические и практические аспекты формирования трудового поведения и организационной культуры являются сравнительно новыми для российской экономики, так как в условиях командно-административной системы такого рынка не существовало.

В конце XIX – начале XX в. теория мотивации рынка труда предстала в многообразии исследований таких выдающихся ученых-экономистов, как А. Маршалл, Д. Кейнс, П. Самуэльсон, М. Фридман, П. Друкер и др.

Свой вклад в исследование проблем трудового поведения на рынке труда внесли современные российские ученые – А.Э. Котляр, Т.И. Заславская, О.В. Ромашов, А.А. Никифорова, Л.Н. Сосновская, Б.Д. Бреев, В.Л. Корчагина и др.

В последние годы особенно возрос поток научных и прикладных публикаций по вопросам трудовой мотивации, трудового поведения и рынка труда в связи с обострением данной проблемы на этапе интенсивного формирования рыночного механизма хозяйствования.

Вместе с тем, в связи с большой сложностью, многообразием различных аспектов и необходимостью учета современной российской специфики многие стороны и направления трудового поведения, организованной культуры еще недостаточно изучены и требуют дальнейших разработок и практических рекомендаций проведения эффективной российской политики в этой сфере.

Объектом исследования является ситуация, складывающаяся в сфере трудового поведения и организационной культуре в рамках российской экономики в условиях формирования рыночных отношений. В статье мы опирались на труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов по проблеме организационной культуры.

Термин «организационная культура» является многогранным, что приводит к появлению множества различных определений этой категории.

Ученый–социолог России С.Г. Молл дал следующее определение «организационная культура – комплекс наиболее стабильно и продолжительное время существующих характеристик организации» [4, с. 14].

Несколько другую трактовку понятию организационной культуры дает Б.С. Мильнер: «Организационную культуру можно определить как совокупность ценностей, норм и принципов, позволяет выявить организацию во внешней среде и добиться эффективной внутренней интеграции» [5, с. 41].

Дж. Л. Гибсон, Д.М. Иванцевич, Д.Х. Доннели дали такое определение: «Организационная культура – это признанные и разделяемые ценности, убеждения, восприятия, нормы, артефакты и формы поведения» [6, с. 56].

Ученые М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури пытаются рассмотреть организационную культуры как «атмосферу или социальный климат в организации» [7, с. 86]. Эти ученые считают синонимами «организационную культуру и климат», однако это далеко не так.

Корифеи американского менеджмента Т. Питерс и Р. Уотермен определяют организационную культуру как общие укоренившиеся ценности организации [7, с. 118].

Обобщив литературные источники, авторы рассматривают организационную культуру как совокупность коллективно разделяемых ценностей, образцов поведения членов организации, которые формируются под воздействием материальных и нематериальных процессов, позволяющих организации идти к успеху.

Результаты и их обсуждение

Говоря о культуре, можно выделить три основных уровня: макрокультуру – это национальная культура, мезокультуру – это культура на уровне предприятия, микрокультуру – это культура отдельного человека. Национальная культура оказывает определенное влияние на организационную, которая влияет на культуру определенного человека.

Необходимо отметить, что существует и обратная зависимость. Культура сильных личностей может существенно изменить организационную. Многие теоретики признают огромную роль национальной культуры в сфере социального управления. О.С. Виханский, А.И. Наумов отмечают, что для практики управления важно получить от теории ответ на два вопроса: что надо знать о национальной культуре, чтобы предопределить ее влияние на культуру организации, и можно ли «сращивать» элементы разных культур в рамках одной организации [9, с. 457].

Ответ на этот вопрос дает рассмотрение мнений ряда известных людей по вопросам изучения национального фактора в культуре.

Большую известность в социальной науке приобрела модель Г. Хофштеде, которая позволяет классифицировать культурные признаки, обусловленные национальной культурой. Г. Хофштеде выделил пять основных характеристик исходя из особенностей национальной культуры:

– индивидуализм – коллективизм;
– отношение к власти;
– отношение к неопределенности;
– мужественность – женственность;
– долгосрочная – краткосрочная ориентация.

В любой национальной культуре в той или иной степени проявляется признаки индивидуализма и коллективизма. Индивидуализм – это тип мировоззрения, в основе которого лежит противопоставление отдельного индивидуализма – обществу. Коллективизм – это тип мировоззрения, который предполагает, что интересы общества превыше индивидуума.

Подчиняясь коллективным установкам, коллективист рассчитывает на то, что группа обязана по-

заботиться о его собственных интересах. Индивидуалист всегда рассчитывает на собственные силы.

В разных национальных культурах вышеприведенные характеристики проявляются по-разному. Например, в культуре США хорошо выражены тенденции индивидуализма, а в культуре Китая - коллективистские. В начальных культурах с развитием коллективистских начал сильны ценности групповых интересов.

В странах, где преобладает индивидуализм, главное значение имеют ценности личной свободы и достижений. В настоящее время в России четко прослеживается индивидуализм как часть национальной культуры, что проявляется в организационной культуре предприятий, так как позиционируются личные заслуги и достижения.

Власть необходимо рассматривать как элемент культуры общества и как то, что всегда приводит к неравноправию. Это неравноправие, как правило, в различных уровнях дохода, а также привилегий. Фактор неравноправия присутствует во всех национальных культурах, но разрыв по доходам между богатыми и бедными неодинаков в различных странах. Выделяют две противоположенны культуры – это культура с малой дистанцией власти (стремление к исключению неравноправия) и культура с большой дистанцией власти, в этом случае каждый человек (обыватель) осознает неравноправие в функционировании власти и считает это нормальным. На уровне предприятий дистанция власти проявляется в том, что руководитель не разделяет себя от подчиненных и проводит так называемые мягкие управления. В российской действительности фактор неравноправия имеет большие масштабы, так как предприятия одной отрасли имеют большой разрыв друг от друга в части получаемых доходов, так же как при одинаковых условиях сотрудники различных предприятий имеют совершенно различный уровень получаемых доходов и привилегий.

Отношение к неопределенности. Этот формат указывает на степень стремления индивидуума избежать незнакомых ситуаций или готовность принять на себя риск.

Культура, которая лишена восприятия неопределенности, характеризуется упорядоченностью, для нее вырабатываются определенные стандарты. Такая культура характеризуется агрессивностью ко всему, что не вписывается в определенные стандарты. Главная ценность в обществе – это стабильность.

Культура, характеризующаяся неопределенностью, менее агрессивна, допускает терпимость к чужому мнению и ошибкам. Здесь отсутствуют поведенческие стандарты, включая законодательные акты.

Необходимо отметить, что в культурах с небольшим уровнем неопределенности всякое отклонение от поведенческого стандарта представляет непринятие, а в культурах с высоким уровнем неопределенности всякое отклонение от поведенческого стандарта представляет стиль познания. По исследованиям Г. Хофштеде, высокая степень непринятия неопределенности относится к таким странам, как Бельгия, Япония, Турция, а низкая – к Таиланду, Новой Зеландии, Филиппинам и др. В свою очередь Россия стремится к сокращению уровня неопределенности и повышению уровня разрабатываемых стандартов, определяющих организационную культуру.

Характеристика «мужественность – женственность» определяет степень воспроизводства культуры к женским и мужским моделям поведения. К показателям мужественности относятся такие качества как тщеславие, уважение к силе, стремление к борьбе, самоуверенность. Женственность, по мнению Г. Хофштеде, характеризуется такими качествами, как сопереживание, чувственные аспекты во взаимоотношениях. В культурах с господствующим женским началом главными ценностями являются межличностные отношения и жертвенность. Культуре Скандинавских стран (Финляндия, Швеция, Норвегия) присущи черты женственности. Большая часть культур современного мира несет черты мужественности.

Долгосрочная – краткосрочная ориентации. При этой характеристике национальной культуры в первую очередь определяют, какова ориентация индивидуумов по отношению в своей работе и жизни.

Долгосрочная ориентация определяет далекое будущее и какие цели ставит человек. Представители такой культуры знают и планируют карьеру, склонны к накоплению. Они планируют жизнь на долгие годы вперед. Такую ориентацию проявляют такие страны, как Япония, Китай, Гонконг и др.

Краткосрочные подходы определяются признанием ценности сегодняшнего дня. Представители этого подхода уважают прошлое и ценность настоящего. Представителям этой культуры свойственно следовать традициям прошлого, сравнивать прошлое с настоящим, они не строят перспективных планов. Такая ориентация наблюдается в таких странах, как Франция, Индонезия, США и безусловно Россия. В этих странах больше тратят, чем сберегают.

С использованием модели Г. Хофштеде можно оценить российскую национальную культуру с участием зарубежных специалистов:

– в России не четко выражен индивидуализм;

– национальная культура с большой дистанцией власти;

– россияне избегают неопределенности;

– проявляется в культуре краткосрочная ориентация и проявление женственных начал [10, с. 425].

Рассматривая модель Г. Хофштеде, можно отметить, что она характеризуется как надежный инструмент для оценки национальных особенностей организационной культуры. Кроме этой модели, довольно часто применяется модель, разработанная У. Лэйном и Дж. Дистефано, которая позволяет определить влияние национальных особенностей на организационную культуру. В этой модели использовано шесть показателей, а именно:

– ориентация во времени;

– отношение человека к природе;

– деятельностная ориентация;
– представление о природе человека;
– ориентация в пространстве;
– отношение между людьми.

Дадим комментарии по каждому из отмеченных характеристик.

Ориентация во времени. Данный показатель соответствует характеристике «краткосрочная – долгосрочная ориентация» в модели Г. Хофштеде. Можно выделить три вариации: жить прошлым, жить настоящим, жить будущим.

Отношение человека к природе. Этот показатель используется для определения взаимодействия природы и человека. Возможные аспекты в этой оценке – это господство человека над природой, гармония с природой. Эти показатели национальной культуры включают в рассмотрение организационной культуры важный показатель – взаимодействие с окружающей средой, который, как правило, не учитывается в таких исследованиях.отанная У. Лэйном и Дж. Дистефано, которая позволяет определить влия

Деятельностная ориентация. Этот показатель характеризует трудовую мотивацию при анализе особенностей организационной культуры. Данная характеристика позволяет понять, что для человека является важным при осуществлении трудовой деятельности. По мнению авторов, данная характеристика должна быть представлена в следующем спектре: в работе важен результат или в работе важен процесс.

Представление о природе человека. Этот показатель характеризует возможно ли изменить поведение человека. В соответствии с представлением в обществе о природе человека определяется тот или другой тип национальной культуры. По нашему мнению, именно представление об индивидууме является основой формирования основного типа национальной культуры.

Ориентация в пространстве. В этой модели этот показатель соответствует «индивидуализм – коллективизм» в модели Г. Хофштеде. В данной вариации в этой характеристике возможны следующие ориентации: уровень умеренного индивидуализма с принадлежностью к коллективу или рассмотрение человека как отдельного частного лица, имеющего определенное значение.

Рассмотренная модель Лэйн-Дистефано дает дополнительные показатели для проведения анализа особенностей национальной культуры.

Российские ученые, в частности Ю. Красовский, основываясь на модели Р.Д. Льюиса, классифицирует тип культуры по национальному признаку:
– политическая культура;
– моноактивная культура;
– реактивная культура [11, с. 458].

Политическая культура характеризуется совмещением во времени нескольких дел сразу. К этому типу относятся национальные культуры народов Южной Европы и латиноамериканские страны.

Моноактивная культура проявляется к населению стран, которым свойственна пунктуальная и последовательная организация. Для такой культуры деятельность организована по этапам: после завершения первого этапа переходят ко второму и т.д. К этому национальному признаку относится культура американцев, англичан, немцев и стран Скандинавии.

Реактивная культура проявляется в организации деятельности в зависимости от ситуации. Как правило, к такой культуре относятся народы азиатских стран.

Данная модель (автор Ю. Красовский) вводит измерение национального показателя культуры, имеющего важное значение для решения проблемы трудовой мотивации.

Большую известность приобрела модель У. Оучи, в которой проводится сравнительный анализ американского и японского менеджмента. При этом выявлены основные переменные особенности национальной культуры:
– обязательства организации по отношению к своим членам;
– оценка выполнения работы и продвижения по службе;
– специализация деятельности;
– уровень ответственности;
– система контроля;
– принятия решений;
– механизм управления;
– ценности руководства [12, с. 106].

Модель У. Оучи используется для сравнительного анализа не только японской и американской национальных культур, но и других национальных культур, так как выделенные переменные показатели имеют одинаковое значение и для других культур.

В российской науке проблемой особенностей национальной культуры занимались такие ученые, как О.С. Вахинский и А.И. Наумов. В своих трудах они отмечают, что изучение национальной составляющей культуры следует проводить с позиций системного подхода. Для этого, прежде всего, необходимо систематизировать многочисленные переменные, оказывающие влияние на национальный компонент культуры [9, с. 457].

Эти ученые для изучения особенностей национальной культуры включали следующие переменные:
– семью;
– систему образования;
– политическую система;
– религиозную система;
– систему отдыха и другие.

Эта модель отражает не характеристики культуры, которые показывают особенности национальной культуры, а те социальные инструменты, благодаря которым они формируются. По нашему мнению, такой подход к исследованию особенностей национальной культуры является правильным.

Если говорить о первом показателе (семья), то именно в семье дети вырабатывают нормы поведения, которые необходимы в будущем для выполнения определенных ролей в обществе. Система образования в стране влияет на то, чему учат молодое поколение, какие черты и навыки прививаются в процессе обучения. Политическая и экономическая

системы оказывают влияние на все процессы в обществе, определяются ценности общественной и частной собственности, демократии или автократии, экологический свободы.

Религиозная система определяет мораль, преобладающие ценности в обществе. Другого равноценного инструмента формирования морали человека пока еще в обществе нет. Система отдыха определяет ценности здорового образа жизни, творческой активности.

Другой ученый, Ф.М. Русинов, считает, что необходимо учитывать факторы мотивации при изучении особенностей национальной культуры. В своих научных трудах он выделяет четыре вида мотивации:

– целевую;
– защитную;
– социальную;
– социальную с элементами риска.

В принципах целевой мотивации, по мнению Ф.М. Русинова, заложено стремление к достижению цели. Большое мотивирующее значение в странах, где преобладает такая мотивация, имеют деньги.

Защитная мотивация характеризуется желанием создать свой собственный мир. Для этого вида мотивации, главное, является стабильность. Социальная мотивация, по мнению Ф.М. Русинова, наблюдается в странах, где приняты уравнительные подходы в формировании доходов. В этих странах общество ценит стабильность.

Социальная мотивация с элементами риска, по определению автора, отличается от предыдущей тем, что люди согласны пойти на риск, для того чтобы повысить качество жизни.

Предложенная классификация особенностей типов национальной культуры дает возможность провести детальный анализ ее содержания, выявить особенности культуры.

Возникает вопрос, который, на наш взгляд, является важным: можно ли соединить элементы разных национальных культур в рамках одной страны.

По этому поводу существуют разные мнения. Так, коллектив ученых МГУ, занимающихся этой проблемой, отмечает, что создание предприятий с участием иностранного капитала – это возможность для привития в стране иностранной бизнес-культуры [13, с. 52]. Далее они признают, что есть возрастные границы усвоения человеком другой культуры, которые довольно сложно изменить. Новое поколение российских предпринимателей и менеджеров должно обучаться образцам поведения с детства, тогда будет успешный результат [13, с. 53].

Российский культуролог А.А. Радугин отмечает, что российские предприниматели должны четко понимать, что перенос этой культуры на нашу российскую почву далеко не всегда бывает эффективен [14, с. 85].

Сегодня на предприятиях по всей России потеряны многие ценности, а новые ценности и правила не смогли установиться в сознаниях людей. Социолог В.Р. Веснин отмечает, что сегодня в нашей стране, к сожалению, организационная культура заимствована у Запада и проявляет лишь свои внешние формы: рекламу (как правило, не высокого уровня), оформление офисов, новые названия должностей (различного рода менеджеры вместо руководителей и т.д.), в то время как стиль управления и делового общения остался такими же, как в условиях административно-командной системы [15, с. 86].

По нашему мнению, нельзя слепо копировать зарубежный опыт. Используя опыт других стран, необходимо учитывать особенности российской национальной культуры. Исходя из этого, формирование новой организационной культуры на российских предприятиях должно учитывать традиционные ценности национальной культуры, что, безусловно, является сложным путем становления нового типа организационной культуры.

При изучении особенностей российской культуры необходимо знать, что существуют различия культуры между регионами. Следует различать определенную специфику культуры русских и культуру россиян, включающих более ста национальных культур. Определенную сложность в изучении особенностей российских культуры представляет оценка влияния на национальные ценности тех рыночных преобразований, которые происходят в последние 20 лет. Нельзя забывать, что на советских предприятиях имелась развитая организационная культура: проводились многочисленные ритуалы чествования юбилейных дат, применялось моральное стимулирование, имелись комнаты трудовой славы, доски почета, происходило вручение переходящего Красного знамени. Организационная культура советских времен способствовала развитию у членов трудового коллектива гордости за свое предприятие. Нельзя не отметить и отрицательные черты организационной культуры того времени – это идеологизация и формализация процесса, основное содержание организационной культуры было направлено на выполнение тотальных установок в духе существующей идеологии.

Накопленный культурный капитал необходимо использовать с учетом особенностей настоящей экономической ситуации. По нашему мнению, столь длительный и болезненный период реформ связан с тем, что власти игнорируют традиционные российские ценности.

Особенности российской культуры, по нашему мнению, определяются следующими факторами:

– утверждением православия как особой ветви христианской религии, отличеем которой является, с одной стороны, отсутствие стимулов для общественного процесса, а с другой – стремление к самосовершенствованию;

– длительной изоляцией от европейских процессов развития цивилизации;

– огромной площадью и протяженностью с запада на восток России, большим количеством этнических групп и народностей;

– приоритетом государственных интересов над личными.

Заключение

Изучением проблем особенностей российской национальной культуры занимались Л.Н. Гумилев, П.Я. Чаадаев, Н.А. Бердяев и другие. Изучая и анализируя их работы, необходимо выделить традиционные черты национального характера:

– стремление чаще оглядываться назад, чем смотреть вперед;

– привычка к борьбе с трудностями и лишениями;

– распространенная черта надеяться на русский «авось»;

– безответственность, безликий коллективизм;

– внутренняя свобода, необязательность;

– мягкость, человечность, высокие способности воспринимать чужие взгляды, мнения, поведение;

– предрасположенность к социальным фантазиям, к ожиданию какого–то чуда в экономике, финансовых делах;

– широта русской души и самобахвальство;

– отсутствие самостоятельности, потребность к подсказке свыше, как и куда нужно идти;

– преобладание духовного над материальным.

Современные исследователи российской культуры отмечают традиционно свойственны россиянам общественность или коммуникабельность, патриотизм, склонность к взаимопомощи и поддержке [13, с. 168].

Трудно ответить, насколько эти традиционные черты сохранились в связи со становлением рыночных отношений и какие появились новые.

В статье в качестве постановки вопроса рассматривались особенности национальной культуры. Необходимо отметить, что проведенный анализ исследования организационной культуры позволяет выявить отсутствие взаимосвязи организационной культуры и трудового поведения.

Список литературы

1. Струмилин, С.Г. Проблемы экономики труда / С.Г. Струмилин. – М.: Наука, 1982. – 471 с.
2. Ромашов, О.В. Социология труда: учебное пособие / О.В. Ромашов. – М.: Гардарики, 2007. – 399 с.
3. Управление персоналом: учебник для вузов / под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ, 2009. – 560 с.
4. Молл, Е.Г. Менеджмент. Организационное поведение: учебное пособие / Е.Г. Молл. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 160 с.
5. Управление современной компанией / под ред. Б. Мильнера и Ф. Линса. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 586 с.
6. Гибсон, Дж.Л.Организация: поведение, структура, процессы: пер с англ. / Дж. Л. Гибсон, Д.М. Иванцевич, Д.Х. Донелли. – 8-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 662 с.
7. Мескон, М.Х.Основы менеджмента: пер с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури – М.: Дело, 2012. – 702 с.
8. Питерс, Т. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний): пер с англ. / Т. Питерс, Р. Уотермен – М.: Прогресс, 2006. – 418 с.
9. Виханский, О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.М. Наумов. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2013. – 528 с.
10. Джордж, Дж.М. Организационное поведение. Основы управления: учебное пособие для вузов: пер с англ. / Дж. М. Джордж, Г.Р. Джоус; под ред. Е.А. Климова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 463 с.
11. Красовский, Ю.Д. Организационное поведение: учебное пособие для вузов / Ю.Д. Красовский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 511 с.
12. Шонесси, Дж. Принципы организации управления фирмой / Дж. Шонесси. – М.: МТ ПРЕСС, 2010. – 296 с.
13. Менеджмент (Современный российский менеджмент): учебник / под редакцией Ф.М. Русинова и М.Л. Разу. – М.: Ид ФБК – ПРЕСС, 2010. – 504 с.
14. Радугин, А.А. Социология / А.А. Радугин, К.А. Радугин. – М.: Издательство «Центр», 2009. – 152 с.
15. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: учебное пособие / В.Р. Веснин. – М.: «ГНОМ-ПРЕСС» при сод. ТД «Элит-2000», 2009. – 440 с.

ФГБОУ ВПО «Кемеровский технологический институт пищевой промышленности»,
650056, Россия, г. Кемерово, б-р Строителей, 47.
Тел/факс: (3842) 73-40-40,
e-mail: office@kemtipp.ru

SUMMARY

V.P. Zotov, A.M. Dvorovenko

SYSTEMATIC APPROACH TO THE PROBLEM OF NATIONAL FACTORS OF ORGANIZATIONAL CULTURE AND ITS RELATIONSHIP WITH WORK BEHAVIOR

Socio-economic reforms carried out at the moment, are in conflict with the Russian national culture norms, representing not just a replacement of the economic mechanism of management, but also denial lifestyle of most of the population, which leads to the rejection of market relations. In recent years, at the stage of intensive formation of market mechanisms, apparently growing problem of work motivation, work behavior and the labor market. The subject of this study is a theoretical rationale for the consideration of the modern work behavior and organizational culture. Obvious need for using the accumulated cultural capital appropriate to the economic situation. When writing an article used the methods of comparison, monographic, a literature review on the subject of research. In the article, as the question, the features of Russian national culture in terms of features of business turnover. The analysis of the organizational culture revealed a lack of correlation of the national organizational culture and work behavior (work motivation).

Motivation, work, work behavior, organizational culture, national culture.

Referenses

1.StrumilinS.G. *Problemy ekonomiki truda* [Problemsof labor economics].Moscow, Nauka, 1982.471p.
2.Romashev O.V.*Sotsiologiia truda* [Sociology of Work]. Moscow, Gardariki, 2007.399p.
3.Bazarov T.Y., Eremin B.L.*Upravlenie personalom* [Human Resources Management]. Moscow, UNITY, 2009. 560p.
4.MollE.G.Menedzhment. *Organizatsionnoe povedenie* [Management.Organizational behavior]. Moscow, Finance and Statistics,2008.160p.
5. MilnerB., Lins F. *Upravlenie sovremennoi kompaniei* [Management ofa modern company]. Moscow, INFRA-M, 2011.586 p.
6.GibsonJ.L.,IvantsevichD.M.,DonnellyJ.H.*Organizatsiia: povedenie, struktura, protsessy* [Organization:behavior, structure, processes]. Moscow, INFRA-M, 2010.662p.
7.MeskonM.H.,AlbertM.,HedouriF.*Osnovy menedzhmenta* [Fundamentals of Management]. Moscow, Case, 2012. 702p.
8.Peters T., WatermanR.*V poiskakh effektivnogo upravleniia* (opyt luchshikh kompanii) [In search ofeffective management(experiencethe best companies)]. Moscow, Progress, 2006. 418p.
9.VikhanskyO.S.,NaumovA.M. *Menedzhment [Management]*. Moscow, Gardariki, 2013.528p.
10.KlimovE.A.*Organizatsionnoe povedenie. Osnovy upravleniia* [Organizational behavior.Fundamentals ofManagement].Moscow, YUNITI-Dana,2013.463p.
11.KrasovskiiY.D. *Organizatsionnoe povedenie* [Organizational behavior].Moscow, UNITY-DANA, 2013.511p.
12.ShaughnessyJ. *Printsipy organizatsii upravleniia firmoi* [The principles of organizationmanagement firm]. Moscow, MT Press,2010.296p.
13.RusinovF.M., OnceM.L. *Menedzhment* (Sovremennyi rossiiskii menedzhment) [Management (Modern Russian management)]. Moscow, EidFBK-PRESS, 2010. 504p.
14.RaduginA.A.,RaduginK.A. *Sotsiologiia* [Sociology]. Moscow, Publishing House"Centre", 2009.152p.
15.VesninV.R. *Osnovy menedzhmenta* [Fundamentals of Management].Moscow, "GNOME PRESS" with SOD. TD"Elite2000", 2009.440p.

Kemerovo Institute of Food Science and Technology,
47, Boulevard Stroiteley, Kemerovo, 650056, Russia.
Phone/fax: (3842) 73-40-40,
e-mail: office@kemtipp.ru

Дата поступления: 28.10.2014

УДК 338.439(100)

Е.Г. Казанцева

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКАХ

В условиях глобализации происходит быстрый рост глобальных компаний, усиливающих свое влияние на контрагентов и экономическую политику. Выявление специфики функционирования и механизмов влияния глобальных компаний является базой для выработки решений по повышению конкурентоспособности крупнейших отечественных компаний и возрастания роли России в мировой экономике. В статье рассмотрены особенности функционирования глобальных продовольственных компаний как разновидности глобальных компаний, которые резко усилили свое влияние на развитие мировой экономики в последние два десятилетия; раскрыты механизмы влияния глобальных компаний стран Центра на экономическое пространство, основанные как на экономических, так на внеэкономических методах. Сквозь призму эволюции ТНК, функционирующих на продовольственных рынках, рассмотрено расширение сферы их влияния от первоначального контроля над перепродажей определенных продуктов до жесткого доминирования в создаваемых данными компаниями глобальных цепочках добавленной стоимости. Приводятся данные рейтинга Fortune Global 500 за 2014 г., иллюстрирующие масштабы глобальных продовольственных компаний по объемам их продаж и получаемой прибыли; масштабы слияний и поглощений в пищевой промышленности за 2007–2013 гг.; оценивается воздействие данных процессов на развитие глобальных продовольственных компаний. Особое внимание уделяется вопросам проникновения и функционирования на российских продовольственных рынках глобальных продовольственных компаний, которые как контролируют многие традиционно российские бренды, так и продвигают новые. В работе анализируются позитивные и негативные последствия воздействия глобальных продовольственных компаний на компании из развивающихся стран и страны в целом, а также довольно слабые попытки регулирующего воздействия на эти компании со стороны международных организаций, в частности Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН. В статье поднимается актуальная в наши дни проблема экономических санкций в условиях обострения политических отношений между США, странами Евросоюза и Россий, коснувшихся ряда продовольственных товаров.

Глобальные компании, глобальные продовольственные компании, глобальные цепочки добавленной стоимости.