

Современное состояние развития российской экономики, все большая ее интеграция в мировую экономику, однозначно ставит перед нашими участниками бизнес-процессов задачу решительного улучшения качества «игры в бизнес».

Эта необходимость вызвана и тем, что, по оценкам ведущих экономистов, современный период характеризуется тем, что на этом этапе в основном завершен первый, самый трудный период трансформации экономики и общества. Заложены фундаменты рыночной экономики, реабилитирована частная собственность, восстанавливается авторитет государства, укрепляются его экономические прерогативы.

Подтверждением этого являются:

- а) экономический рост на протяжении трех лет - 2000 -2002гг.;
- б) начало структурных и институциональных реформ;
- в) почти рыночная реакция большинства хозяйствующих субъектов на кризис 1998 года.

Итак, первый этап сложного пути рыночных реформ пройден. Он был наполнен высоким пафосом младореформаторов, питаемых надеждами на саморегуляцию рыночных процессов, и - трагизмом реальной действительности. Трагизм этот был предопределен сформировавшимся диким, варварским рынком, ломавшим все мыслимые и немыслимые правила «игры в рыночную экономику».

Теперь мы вышли на следующий этап и ощущаю прорываются по нему. Мы становимся свидетелями того, как наиболее реформаторская и умеренная часть общества (РСПП, ТПП, ОПОРА и др.) на основе поиска путей к согласию и компромиссов, взяв на себя

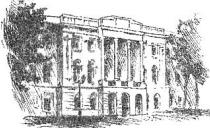
«брюма лидеров», возглавили продвижение вперед, закрепляя ранее завоеванные рыночные позиции. Это уже второй этап рыночных преобразований экономики России, и на этом этапе **необходимо сформировать корпоративную бизнес-среду**, которая и определит лицо и духовность российской экономики.

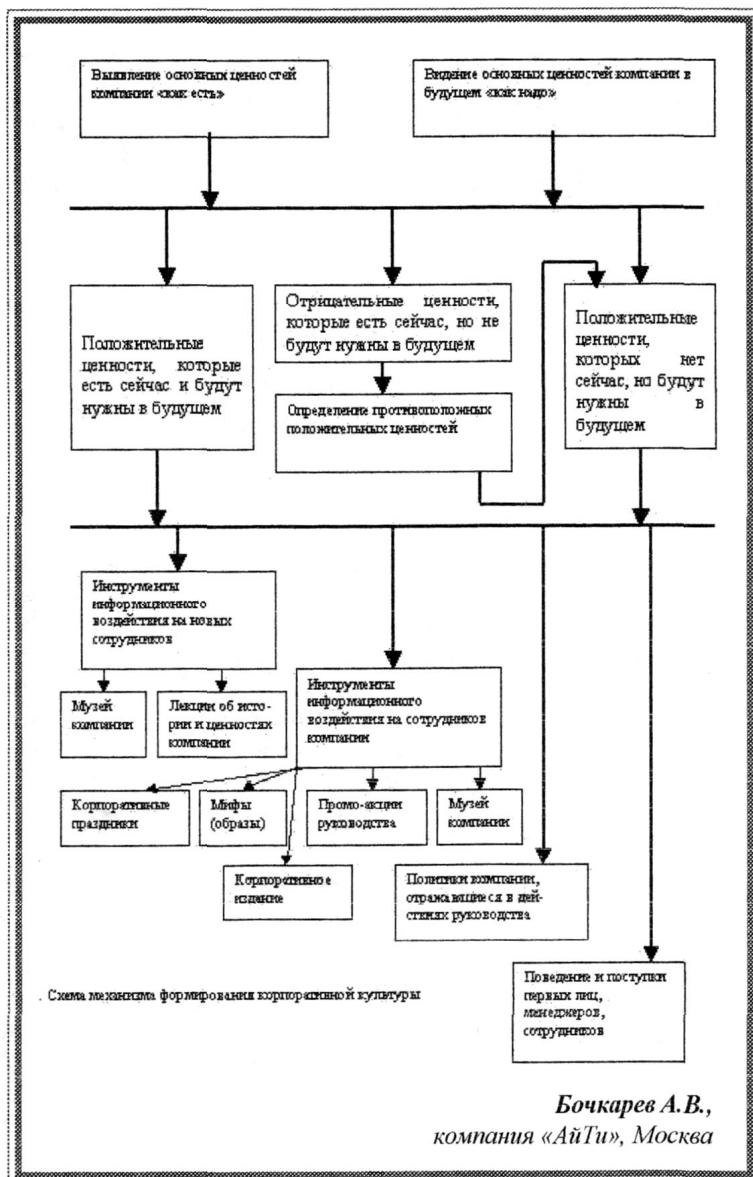
Одним из главных условий формирования такой среды является зарождение и развитие в компаниях своей корпоративной культуры. Вопрос не стоит так, что надо создавать то, чего никогда не было. Элементы корпоративной культуры многих западных компаний с богатыми традициями имели свои аналоги в СССР: доски передовиков труда, знаки, почетные грамоты и так далее являются классическим выражением корпоративной культуры.

На самом деле корпоративная культура - это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий.

Корпоративная культура состоит из идей, взглядов, основополагающих ценностей, которые разделяются членами организации. Приято считать, что именно эти основополагающие ценности являются ядром, определяющим корпоративную культуру в целом. Ценности определяют и стили поведения, и стили общения с коллегами и клиентами, уровень мотивированности, активность и др.

Основной принцип, которым должен руководствоваться любой работник компании, независимо от его должности, места работы и выполняемых служебных функций, - уважение к личности работника. Взаимное соблюдение принципа уважения личности обязательно в равной мере как для должностных лиц компании в отношении работников, так и для работников в отношении должностных лиц и всех других лиц персонала компании.





Никоим образом нельзя принимать за корпоративную культуру только набор неких внешних признаков, таких как униформа, периодические мероприятия и т.п.

Например, в холдинговой компании «ЭМЗ» при приеме на работу мы не ограничиваемся требуемой квалификацией и анкетными данными соискателей. Большое внимание уделяется их профессионально важным качествам, а также качествам, которые бы соответствовали требованиям организации, ее корпоративной культуры. Практически каждому претенденту на вакантное место рассказывается об особенностях корпоративной культуры компании (существующих правилах, ценностях, традициях и др.) - с тем, чтобы человек сам принял решение, согласен ли он следовать принятым в организации традициям или нет.

Одним из важнейших корпоративных документов, который составляет костяк корпоративной культуры

компании, является «Кодекс деловой этики». После событий 2001 - 2002 гг. я пришел к убеждению, что наше общество глубоко поражено «недугом» корысти, равнодушия и правового нигилизма. Нам не достигнуть «заветных целей», если мы не излечимся от этой болезни. Поскольку большая часть общества так или иначе вовлечена в бизнес, я уверен, мы сможем частично решить эту социальную проблему за счет механизмов, которые имманентно присущи бизнесу и им приводятся в движение. Это механизмы корпоративного управления, с помощью которых реализовывается в том числе и программа по формированию человека с другой психологией и другими моральными ценностями.

Для меня стало понятным, что успех компании зависит не от команды руководителей и специалистов - тех, кто управляет компанией. Успех обеспечивает та среда, которая формирует у сотрудников компании чувство потребности в дальнейшей работе в компании. В этих условиях возможно формирование нравственных принципов ведения бизнеса, исполнения служебных обязанностей, моральной и прочей ответственности за совершенные действия. В этих условиях успех одних будет закрепляться усилиями других сотрудников (но не так, как это было в нашем случае, когда бухгалтеры использовали в своих корыстных целях имевшийся у них доступ к финансовым резервам, формировавшимся за счет усилий руководителей и специалистов по созданию финансовой устойчивости компании).

Новый взгляд на эти проблемы породил новые подходы к организации бизнеса в компании. Время 2001 - 2002 гг. выявило не только тех, кто был временщиком в нашем бизнесе, но и сотрудников, заинтересованных в бизнесе. Это дало возможность начать реализовывать «Концепцию развития корпоративной культуры в холдинговой компании «ЭМЗ». «Как стержень ее мы сегодня рассматриваем два документа. Это «Миссия холдинговой компании «ЭМЗ» и «Кодекс деловой этики».

**Владимир ГНАТКО,
президент холдинговой компании «ЭМЗ»
«Темы и лица», № 12, 2003 г.**