

Р. Р. Мулюкова, Е. Ю. Гирфанова

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Ключевые слова: корпоративная культура, культурный капитал, инновационная корпоративная культура.

В статье исследованы ценностно-смысловые модели социально-экономической деятельности организации в современных условиях, в частности корпоративная культура предприятий нефтехимической отрасли в Республике Татарстан.

Keywords: corporate culture, cultural capital, innovative corporate culture.

In the article there is analyzed valuable-semantic model of organization's socio-economic activity in modern conditions, in particular corporate culture of petrochemical industry's enterprises in the Republic of Tatarstan.

Химический комплекс является базовым сегментом российской промышленности, без успешного развития которого невозможно долгосрочное и стабильное развитие экономики в целом. В структуре обрабатывающих производств промышленности по объему продукции удельный вес предприятий химического комплекса составляет 10,2%. В отрасли сосредоточено более 5,4% основных фондов промышленности страны. Предприятия обеспечивают около 5,0% общероссийского объема валютной выручки. Потребителями продукции химического комплекса являются практически все отрасли промышленности, транспорта, сельского хозяйства, а также сфера услуг, торговля, наука, культура и образование, оборонный комплекс. Данный комплекс имеет не только важное экономическое и оборонное, но и социальное значение. В отрасли занято более 820 тыс. человек. Наибольшее развитие отрасль получила в четырех федеральных округах: Центральном (доля округа в общем объеме производства химического комплекса РФ составляет 24,4%), Южном (10,4%), Сибирском (11,2%) и Приволжском (43,5%).

Химическая индустрия России за последние десять лет демонстрирует в целом хорошие темпы роста производства. Ежегодный прирост продукции, составляющий 4-6%, в основном происходит за счет экспорта продукции (удобрения, каучуки и др.). Большую долю в этом приросте составляет цена природного газа, что позволяет отдельным видам химической продукции быть конкурентоспособной на мировом рынке.

Однако, благоприятные внешние ресурсы, способствующие развитию химического комплекса России, к настоящему времени практически исчерпаны. Дальнейшее развитие химического комплекса сдерживается целым рядом причин, а именно – недостаточным уровнем научно-технических разработок и их внедрением в промышленность; отсталостью технологий и низкой конкурентоспособностью выпускаемой продукции; ужесточением конкуренции на внешнем и внутреннем рынках; диспаритетом цен и тарифов на продукцию естественных монополий; высокой степенью физического и морального износа оборудования, дефицитом инвестиционных ресурсов и рядом других факторов. Оставляет желать лучшего экологическая ситуация, связанная с химическим комплексом. Обеспечение совре-

менного уровня экологической безопасности требует серьезных затрат.

Таким образом, положение дел в химическом комплексе затрудняет решение важнейших социально-экономических проблем, реализацию важных национальных проектов. В настоящее время разработан проект «Стратегия развития химической и нефтехимической промышленности на период до 2015 г.». В целом потребуются концентрация инновационной деятельности в химической промышленности на разработке и внедрении технологических процессов нового уровня, характеризующихся ограниченным количеством операций, безотходностью, глубоким переделом исходного сырья. Цель ожидаемой технологической смены – переход отрасли к концепции устойчивого развития, отвечающей экономическим, экологическим и социальным нуждам общества и учитывающей интересы будущих поколений.

Неуклонное вступление хозяйственных агентов в «эпоху» непрерывных инноваций, требует новой экономической культуры в сфере социально-экономических взаимодействий в целом и, в частности, в области индивидуального корпоративного воспроизводства. Новые явления современной хозяйственной действительности предопределяют необходимость формирования новых ценностных ориентиров в деятельности первичных звеньев экономики. Императивом становления корпоративной культуры нового качества является существенное изменение роли и значения корпоративного человеческого капитала, который становится целью воспроизводства, превращая предприятие, в самообучающуюся и даже интеллектуальную организацию.

В современной науке существует множество подходов к определению культуры. В функциональном, целевом аспекте культура как определенный компонент бытия является результатом специфического человеческого способа существования и имеет в исторической своей основе деятельность людей как становящуюся систему отношений «субъект – объект – другие субъекты». Эти отношения охватывают все сферы человеческой деятельности, во всем многообразии ее видов и форм, которые так или иначе, связаны с трудом и интересами человека. Иначе говоря, это «созданная самими людьми искусственная среда существования и самореализации, источник регулирования социальных взаи-

модействий и поведения» [1].

Начиная с конца 70х годов прошлого столетия, был выделен особый феномен, существующий в организации людей – «организационная культура». Анализ литературы позволяет выявить следующие смыслы, вкладываемые в это понятие:

– Это система убеждений, норм поведения, установок и ценностей, которые являются теми непписаными правилами, определяющими, как должны работать и вести себя люди в данной организации.

– Это совокупность ценностей, принципов и правил деятельности организации, которые разделяются большинством сотрудников и передаются из поколения в поколение.

При этом, среди основных элементов корпоративной, или организационной культуры можно выделить «ценности, нормы, принципы деятельности, правила поведения; символы, традиции, церемонии, ритуалы; героев, истории, мифы, легенды; мотивацию, язык общения, внешний вид персонала; стиль руководства». Примерно в этом же ракурсе корпоративная культура понимается как «совокупность ценностей, норм, привычек, традиций, форм поведения и ритуалов, а также присущий организации стиль отношений и поведения» и другие схожие определения.

Эдгором Шейном выделены три уровня организационной культуры, отличающихся друг от друга уровнем видимости и сложности его компонентов (рис 1.).

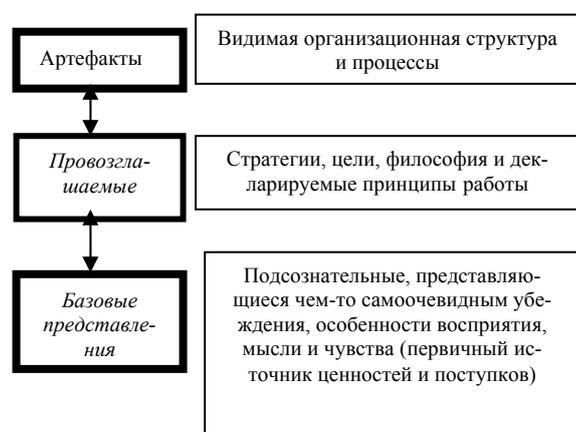


Рис.1. Уровни организационной культуры

Как видно из схемы артефакты это внешний уровень культуры, результат сознательного формирования, культивирования и развития. Придя на предприятие, мы можем почувствовать, увидеть и услышать созданные условия для сотрудников, организацию их работы и взаимоотношения. На практике именно эта сторона воспринимается как организационная культура, забывая о том, что носителями этой культуры являются люди.

Второй уровень провозглашаемые ценности – ядро оргкультуры, ценности и нормы поведения, декларируемые и исповедуемые группой, которые могут передаваться «из уст в уста» или же могут быть закреплены в документах и инструкциях. К ним относят: философию предприятия (моральный кодекс поведения на предприятии); декларируемые принципы работы; корпоративные цели; стратегия

достижения этих целей. Этот уровень позволяет понять, почему в организации существуют именно такие условия для работников, почему они демонстрируют такие образцы поведения.

К базовым представлениям (ценностям) относят суждения, верования, установки, которые воспринимаются человеком на подсознательном уровне. Это то, как человек видит и понимает происходящее вокруг него, как он считает правильно поступать в различных ситуациях. Эти ценности усваиваются индивидумами в процессе воспитания и познания, под влиянием культурных и национальных особенностей, семьи и т.д. Их очень сложно изменить, так как затрагивают основу личности, весь накопленный им опыт. Личность проецирует присущие данному обществу все ценности, которыми обладает культура вообще (духовная культура, политическая культура, правовая культура, экономическая культура).

Таким образом, из рассмотренных уровней для организации основным является второй. Именно на этом уровне необходимо выработать, взрастить, сформировать то желаемое, что явилось бы важнейшим условием для реализации ее целей. Первый уровень результат этой работы, а третий – источник возникновения ценностей и действий компании. Поэтому, в самом общем плане, по мнению некоторых экономистов, сущность корпоративной культуры заключается в ее ценностно-смысловом качестве; корпоративная культура есть неявное знание в форме ценностно-смысловой модели социально-экономической деятельности организации [2]. Все другие элементы, показанные на схеме и приводимые ранее в соответствующих трактовках, есть не что иное, как явления данной модели.

Именно в этом, ценностно-смысловом аспекте исследуется корпоративная культура как важнейший элемент корпоративного человеческого капитала. Следовательно, корпоративный культурный капитал есть некая «ценностно-смысловая ценность», обеспечивающая определенную доходность, успешность и процветание фирмы. Важно отметить, что корпоративная культура может и не принять форму соответствующего капитала. Превращение данной возможности в действительность одновременно означает превращение создающего потенциала культурных оснований экономической деятельности в реальные культурные капитальные ценности. Некоторые аспекты деятельности организации, обозначенные в стратегии, могут совпадать или вступать в противоречие (что значительно затрудняет реализацию стратегии) с основными принципами корпоративной культуры. Только при условии полного соответствия между культурой и долговременными планами организация достигнет впечатляющих результатов. В этом случае высокоорганизованная культура поддерживает реализацию стратегии, создаёт стимулы к творческой деятельности работников, воспитывает и мотивирует их. Сотрудники лучше понимают, что они должны и что не должны делать, и предпринимают все усилия для того, чтобы добиться большего успеха организации.

Что же вкладывают практики-специалисты в понятие корпоративной культуры? Как свидетель-

ствуют многочисленные опросы [3], понятие корпоративной культуры вполне прижилось в практике управления бизнесом в России, особенно среди HR-специалистов – 79% опрошенных и более 85% HR-специалистов назвали это понятие рабочим для практики управления бизнесом. Более того, по мнению большинства опрошенных (58%), интерес к этому понятию только растет. Таким образом, можно уверенно прогнозировать, что в ближайшие годы российский бизнес будет уделять все большее внимание развитию корпоративной культуры. Она сегодня рассматривается в качестве главного механизма обеспечивающего практическое повышение эффективности работы организации, поскольку может влиять на: мотивацию сотрудников; привлекательность фирмы как работодателя, что отражается на текучести кадров; нравственность каждого сотрудника, его деловую репутацию; производительность и эффективность трудовой деятельности; качество работы сотрудников; характер личностных и производственных отношений в организации; отношения служащих к работе; творческий потенциал служащих. Поэтому управление корпоративной культурой является основным направлением деятельности в современных организациях. Сегодня необходимо обеспечить такое качество ценностно-смысловой модели фирмы, которая способствует и делает безальтернативной именно инновационную направленность ее дальнейшего функционирования и развития.

Результаты обследований показывают тенденцию к затуханию активности инновационной деятельности в промышленности [4]. Масштабы инновационной деятельности сокращаются практически во всех отраслях за исключением химической и нефтехимической промышленности (около 70%). Среди тех предприятий, которые остаются инновационно пассивными, примерно 1/3 не видит необходимости осуществлять инновационную деятельность и более 60% объясняют свою пассивность наличием значительных сложностей в осуществлении инновационной деятельности.

Среди факторов, сдерживающих стабильное функционирование нефтехимического комплекса, и ключевых ограничений развития компаний можно выделить недостаточный уровень научно-технических разработок и их внедрения в промышленность. Материально-техническая база большинства научно-исследовательских и проектно-конструкторских организаций разрушена. Произошла значительная утечка научных кадров.

В большинстве своем на предприятиях установлено технологическое оборудование по своим техническим характеристикам значительно уступающее зарубежным аналогам. Сроки эксплуатации значительной его части составляют 20 и более лет. Производство отечественного оборудования практически приостановлено. Для сравнения, на предприятиях химической промышленности в США срок службы оборудования в среднем составляет около 6 лет. В России на 1 т произведенного этилена приходится 91 т переработанной нефти. В США этот показатель составляет 36 т, в Японии – 29 т, в Германии – 24 т.

Решение многих проблем нефтехимического комплекса лежит в реализации «прорывных» инновационных проектов в химической и нефтехимической промышленности, что позволит снять структурные ограничения развития отрасли и выйти на производство совершенно новых (по потребительским свойствам) видов продукции на базе экономически эффективных, экологически безопасных и ресурсосберегающих технологий.

Показателен в этой сфере опыт нефтехимических предприятий Татарстана. Республика обладает исключительно благоприятным для высокотехнологического развития нефтехимической промышленности сочетанием ресурсного, производственного и научного потенциалов. Разработка, внедрение и трансферт новых продуктов и технологических процессов становятся ключевыми факторами роста объемов производства, занятости, инвестиций, внешне-торгового оборота, а значит, и повышения конкурентоспособности и предприятий, и нефтехимической отрасли, и экономики в целом [5].

Реализация инновационной политики в нефтехимической отрасли – одна из приоритетных задач Инновационно-венчурного фонда Республики Татарстан. Средства из этого фонда выделяются на конкурсной основе на финансирование прорывных инновационных разработок, доведение проектов до стадии опытно-промышленных установок, совместную коммерциализацию разработок. Функционирует акционерное общество «Татнефтехиминвест-холдинг», в задачи которого входят координация взаимодействия предприятий и проведение инвестиционной и инновационной политики, обеспечивающей повышение доли наукоемкой продукции в структуре валового продукта отрасли. В ОАО «Татнефтехиминвест-холдинг» создан Инновационный фонд, осуществляющий поиск высокоэффективных научных разработок со значительным коммерческим потенциалом, финансирование перспективных НИ-ОКР в области технологии нефтехимических производств, энерго- и ресурсосбережения, защиты окружающей среды, и внедрение на предприятиях нефтегазохимического комплекса новых высокорентабельных технологий.

К развитию нефтегазохимического кластера Татарстана активно привлекаются научные и проектные институты республики – Институт органической и физической химии имени А.Е. Арбузова, Всероссийский научно-исследовательский институт углеводородных соединений (ВНИИУС), Проектный институт «СОЮЗХИМПРОМПРОЕКТ», учебно-научно-инновационный комплекс нового типа, как Казанский государственный технологический университет (КГТУ).

Первый в России нанотехнологический центр создан в Казани на двух площадках – в технопарке «Идея» и технополисе «Химград». Основная задача центра – коммерциализация инновационных проектов на ранней стадии, экспертиза и консалтинг, предоставление в аренду специализированного технологического и аналитического оборудования.

Важным механизмом привлечения иностранных инвестиций стало создание Особой экономической зоны промышленно-производственного

типа «Алабуга», расположенной вблизи города Елабуга. Стоит отметить и такую форму поддержки высокотехнологичного бизнеса, как промышленные округа, в рамках которых предприятия совместно получают электроэнергию, создают очистные сооружения, транспортную инфраструктуру. Цель создания первого в Татарстане промышленного округа, Нижнекамского, состояла в том, чтобы обеспечить экономически привлекательные условия и производственную инфраструктуру для деятельности для «Нижнекамскнефтехима» сырье или занятых дальнейшей переработкой его продукции. В настоящее время идет работа по созданию еще одного промышленного округа, Казанского, на производственных мощностях ОАО «Тасма-холдинг».

Среди наиболее значимых проектов, реализуемых в последние годы в Республике Татарстан, нужно, прежде всего, упомянуть создание нового нефтеперерабатывающего и нефтехимического комплекса в Нижнекамске, НПЗ для переработки нефти, добываемой малыми нефтяными компаниями. В перспективе это послужит расширению сырьевой базы для предприятий нефтехимии республики.

На очереди – ввод новых мощностей по выпуску полипропилена, полиэтилена, поликарбоната на таких крупнейших производственных комплексах, как «Нижнекамскнефтехим» и «Казаньоргсинтез». «Нижнекамскнефтехим» в ближайшие годы удвоит производство синтетических каучуков за счет выпуска их новых видов – бутилового БК, цис-бутадиенового СКД-Н, дивинилстирольного ДССК. Кроме того, будет качественно обновлена технология производства этиленпропиленового каучука СКЭПТ. Хлор- и бром-бутилкаучуки, каучук СКД-Н, новые марки полистиролов и лупранолов – это стратегически важные новые виды продукции.

Ряд перспективных инновационных проектов реализуется в рамках соглашения с Российской академией наук. Один из самых масштабных проектов – «Новые каталитические методы очистки и переработки отходящих газов нефтедобычи». В проекте по очистке попутных газов от серы участвуют «Татнефтегазпереработка» (Бавлы) и ТатНИИнефтемаш (Казань). В области переработки тяжелых нефтей, гудронов, битумов с использованием нанокатализаторов «Татнефтехиминвест-холдинг» сотрудничает с московской компанией «Углеродтопхим технология».

Одно из наиболее перспективных направлений инновационных разработок – волновые технологии. В нефтедобыче их использование позволит увеличить скорость и качество бурения, в химических производствах – сократить продолжительность химических реакций.

Предприятия химии и нефтехимии Татарстана, являясь в ряде случаев крупнейшими в Европе и Российской Федерации, ежегодно выходят на рынки с новыми, ещё более конкурентоспособными видами продукции – синтетическими каучуками, новыми марками полиэтилена и полистиролов различного назначения, синтетических и жидких моющих средств, перспективными видами легковых автомобильных шин.

Грамотная экономическая политика, активно использующая конкурентные стимулы к инновационному развитию отдельных предприятий, привела к тому, что сегодня отрасль обеспечивает более 17% республиканского промышленного производства, более четверти нефтехимической продукции, производимой предприятиями Приволжского Федерального округа и порядка 11% её общероссийского объёма.

Таким образом, вышеприведенные факты, свидетельствуют о становлении инновационной экономической культуры в республике и изменении ценностных ориентиров в деятельности первичных звеньев экономики. С целью выявления качества корпоративной культуры нами было проведено анкетирование на одном из ведущих нефтеперерабатывающих комплексов г. Нижнекамска – ОАО «ТАНЕКО». Исследуемое предприятие – крупнейший проект в сфере нефтеперерабатывающей промышленности, открывающий новые перспективы для нефтяной отрасли в России, который производит около 20 видов продуктов глубокой переработки нефти – от моторных топлив европейского качества до компонентов сырья для производства широкой гаммы востребованной нефтехимической продукции.

Основная часть анкеты содержит 16 вопросов, направленных на изучение особенностей организационной культуры в компании ОАО «ТАНЕКО». Для проведения анкетного опроса в ОАО «ТАНЕКО» были выбраны операторы технических установок. Их генеральная совокупность составила 50 человек, выборочная – 12 человек. Большинство опрошенных мужчины в возрасте от 25 до 30 лет, имеющие высшее образование. Стаж работы сотрудников (66%) до 6 месяцев.

Факторы, определяющие работу сотрудников в компании.

Основными факторами, побудившими сотрудников прийти на работу в ОАО «ТАНЕКО» является стремление реализоваться профессионально (5 человек), стабильность и уверенность в будущем (4 человека), престижность и авторитет компании (4 человека). В настоящее же время факторами, определяющими работу остаются стремление работников реализоваться профессионально и стремление реализовать свой потенциал.

Факторы, негативно влияющие на условия труда в коллективе.

По мнению большинства сотрудников (66%) факторов, негативно влияющих на условия труда в их коллективе нет, но по мнению 16% опрошенных негативно влияет морально-психологический климат в коллективе. Так же были отмечены такие факторы как: неуважительное отношение сотрудников ИТР к рабочему персоналу и низкая з.п.

Большинство опрошенных считают, что основными факторами продвижения по службе является личные «пробивные» качества, уровень квалификации и объем выполняемой работы.

Респонденты считают, что руководитель при принятии им решений обсуждает вопросы коллегиально (50%) или учитывает мнение узкого круга сотрудников (25%). Также большинство подтверди-

ли, что при организации выполнения решений руководитель сам определяет подчиненным методы и средства выполнения решений (58%); при осуществлении контроля за работой он старается развивать взаимный контроль в коллективе (50%); при поручении заданий и побуждении подчиненных он предпочитает такие средства как совет, предложение, просьба (41%) и так же приказ, команда, требование (41%).

Причины возникновения конфликтов с руководителем.

Наиболее частые из них это необоснованные изменения функциональных обязанностей сотрудников и возложение дополнительных (41%); стиль управления, грубость с подчиненными (33%).

Оценка эффективности корпоративной культуры в ОАО «ТАНЕКО».

50% опрошенных удовлетворены своей работой, 8% не удовлетворены, 16% не совсем удовлетворены и 8% затруднились ответить.

На вопрос «Удовлетворены ли Вы решением социальных проблем в Вашем коллективе?» 41% респондентов ответили, что полностью удовлетворены, 58 % удовлетворены частично.

Причины неудовлетворения сотрудниками социальных проблем.

На вопрос «Что больше всего вызывает Ваше неудовлетворение в решении социальных проблем?» 41% ответили, что незаинтересованность (бездействие) руководства, 25% оплата труда, 16%-система управления. 8%-система предоставления отпусков и столько же мед.обслуживание.

Оценка сотрудниками взаимоотношений в коллективе.

Межличностными отношениями в коллективе удовлетворены 83% опрошенных, 16% не удовлетворены.

41% респондентов устраивают взаимоотношения руководителя и подчиненных, 41% не устраивают и 16% затруднились ответить.

Оценивая общую атмосферу взаимоотношений в коллективе, 16% сочли ее дружеской, 75% товарищеской, 8% чисто деловой.

Оценка сотрудниками проведения корпора-

тивных мероприятий.

На вопрос о корпоративных мероприятиях 100% респондентов ответили, что их вполне устраивают корпоративные мероприятия в организации.

Оценка сотрудниками степени сплоченности коллектива.

На вопрос «В какой мере Вы можете назвать коллектив сплоченным: объединенным "корпоративным духом", общими целями, нормами поведения, общими ценностями?» 25% ответили «да, вполне», 66 % «частично». Один из сотрудников отметил свой коллектив не сплоченным.

Итак, в результате проведенного исследования корпоративной культуры предприятия ОАО «ТАНЕКО» были выявлены следующие ее положительные моменты: сложились хорошие межличностные отношения; высокое чувство ответственности и долга каждого сотрудника компании; ответственное отношение к служебным обязанностям; удовлетворенность условиями труда и отсутствие негативных факторов, которые могли бы влиять на процесс работы; использование разнообразных форм стимулирования подчиненных. Однако, были отмечены и отрицательные моменты, как: неудовлетворенность половины сотрудников отношениями между руководителем и подчиненными, и бездействие руководства в решении социальных проблем. Таким образом, в ходе проведенного анализа было выяснено, что корпоративная культура на предприятии находится на достаточно высоком уровне.

Литература

1. Э.Р. Орлова. *Культурология*. Феникс, Ростов н/Д, 2010. С. 20.
2. М.И. Магура, *Управление персоналом*, 1, 24-26 (2010).
3. А.П. Кубанейшвили, *Управление компанией*, 1 (02), 20-24 (2011).
4. Б.З. Мильнер, З.П. Румянцева, В.Г. Смирнова, А.В. Блинникова. *Управление знаниями в корпорациях*. Дело, Москва, 2010. С. 272.
5. А.Н. Дырдонова, А.А. Стародубова, Е.С. Андреева, *Вестник Казан. технол. ун-та*, 17, 246-250 (2012).
6. Ю.В. Пантелеева, Е.Н. Парфирьева, *Вестник Казан. технол. ун-та*, 21, 307-311 (2012).
7. А.И. Шинкевич, Э.А. Варданян, *Вестник Казан. технол. ун-та*, 11, 307-310 (2012).