

Секция «Глобалистика и геополитика»

Формирование корпоративной культуры и кросс-культурного менеджмента
в условиях глобализации

Кольчурина Екатерина Олеговна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет
глобальных процессов, Москва, Россия*

E-mail: konti1712@mail.ru

Я глубоко убежден в том, что каждое предприятие, чтобы выжить и преуспевать, нуждается в здоровом наборе основных убеждений, которыми оно руководствуется во всех решениях и мероприятиях.

Я глубоко убежден в том, что каждое предприятие, чтобы выжить и преуспевать, нуждается в здоровом наборе основных убеждений, которыми оно руководствуется во всех решениях и мероприятиях.

Я глубоко убежден в том, что каждое предприятие, чтобы выжить и преуспевать, нуждается в здоровом наборе основных убеждений, которыми оно руководствуется во всех решениях и мероприятиях.

Томас Ватсон-младший, один из владельцев фирмы IBM.

В данной работе пойдет речь о корпоративной культуре и формировании кросс-культурного менеджмента в условиях современности, как неотъемлемой части стратегии компании.

Тема важна в условиях развития российских компаний и условиях работы иностранных компаний на территории России. Большинство российских предприятий до сих пор не придает значения на первый взгляд, второстепенной задаче становления и развития корпоративной культуры предприятия, формирования новой симбиотической модели менеджмента, тем самым позиционирует себя на рынке ниже транснациональных компаний, работающих на территории России.

Несмотря на то, что оргкультура трудно поддается изменению, в работе освещен весь процесс трансформации культуры.

Тема, рассматриваемая в этой работе, недостаточно освещена в литературе с практической точки зрения и конкретно в условиях нашей страны на настоящем этапе глобализации. С этой точки зрения опыт по изменению корпоративной культуры в зависимости от изменения внешней среды, крайне полезен, как для развивающихся российских предприятий, так и для представительств иностранных компаний, работающих на территории России.

Целью работы является анализ процедур изменения корпоративной культуры компании, исследование вопросов адаптации оргкультуры к российским условиям, а также выработка рекомендаций для российских предприятий и представительств иностранных компаний по построению и трансформации корпоративной культуры и управления к условиям работы в России.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать различные подходы к понятию оргкультуры;
- рассмотреть построение корпоративной культуры предприятия в качестве метода достижения стратегических целей компании;
- исследовать оргкультуру как понятие с экономической, психологической и культурологической точек зрения, а также с точки зрения применения для достижения целей и задач менеджеров различных уровней;
- проанализировать взаимосвязь оргкультуры с миссией, целями и стратегией компании, а также с внешней средой;
- на примере показать процесс адаптации корпоративной культуры и менеджмента к российским;
- выработать рекомендации для компаний, сталкивающихся с проблемой адаптации оргкультуры.

Для полного освещения темы были привлечены материалы из переводных статей, не опубликованных в России, внутренних документов компаний и исследований, приобретенных для обеспечения процесса функционирования различных корпораций, холдингов и компаний.

Литература

1. 1. Агеев А., Грачев М. «Организационная культура современной корпорации», Мировая экономика и международные отношения, 1990.
2. 2. Ансофф И. «Стратегическое управление», Москва, Экономика, 1997.
3. 3. Бунина В.Г. «Кросс-культурный менеджмент и межкультурная коммуникация: учебное пособие» / В.Г. Бунина. – М.: ГУУ, 2008.
4. 4. Ефремов В.С. «Стратегия бизнеса», Москва, Финпресс, 1998.
5. 5. Карлофф Б. «Деловая стратегия: концепция, содержание, символы», Москва, Экономика, 1993.
6. 6. Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М. «Предприятия в нестабильной экономической среде: риски, стратегия, безопасность», Москва, Экономика, 1997
7. 7. Радугин А. А., Радугин К. А. «Введение в менеджмент: Социология организаций и управления», Воронеж, 1995.
8. 8. Уотермен Р. «Фактор обновления: как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании», Москва, Прогресс, 1988.
9. 9. Холден Найджел Дж. «Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента», Юнити-Дана, 2005.
10. 10. Щербина С. В. «Организационная культура в западной традиции: природа, логика формирования и функции», СоцИс, 1996, № 1

- 11. 11. Porter M. E. «Competitive Strategy: Technique for Analyzing Industries and Competitors. 3 ed» N.Y., The Free Press, 1986.*
- 12. 12. Rob J. Thomas «New Product Development: Managing and Forecasting for Strategic Success», N.Y., John Wiley & Sons, 1993.*
- 13. 13. Shein E. И. “Coming to a New Approaches of Organization Culture” Sloan Management Review. Winter. 1984; Fall.1981. P. 55-58.*