

бразно включать в систему индикаторов уровня жизни населения, такие разделы, как:

- демографические параметры;
- природно-климатические условия жизни;
- элементы социальных гарантий.

На наш взгляд, первые два из названных

разделов будут расширять понятие «уровень жизни» до понятия «качество жизни», а последний из этих разделов подразумевает реализацию защиты и поддержки населения по большей части на уровне государства, а не региона (государственные социальные гарантии).

Литература

1. Бобков В.Н. История и перспективы нашей деятельности / В.Н. Бобков // Уровень жизни населения регионов России. - 2006. - № 10/11. - С. 9-18.
2. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики: Учеб. для вузов / А.Г. Гранберг; Гос. ун-т, Высш. шк. экономики. - 3-е изд. - М.: ГУ ВШЭ, 2003. - 494 с.
3. Дмитричев И.И. Статистика уровня жизни населения: Учеб. пособие / И.И. Дмитричев. - М.: Госкомстат РФ, 1995.
4. Жеребин В.М. Сопоставление показателей уровня жизни и народного благосостояния в СССР, восточноевропейских и развитых капиталистических странах / В.М. Жеребин, Н.А. Ермакова; Под ред. М.А. Можинной // Человек, труд, потребление. - М.: ИСЭПН РАН, 1991.
5. Майер В.Ф. Уровень жизни населения СССР / В.Ф. Майер. - М.: Мысль, 1977. - С. 7.
6. Политика социально-экономического развития регионов: Монография / Воронеж. гос. ун-т, Воронеж. межрегиональный ин-т обществ. наук; Под ред. И.Е. Рисина, Ю.И. Трещевского. - Воронеж: ВГУ, 2002. - 235 с.

УДК 339.13

ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Н.М. Цыцарова, ассистент
Ульяновский государственный технический университет

Интерес к корпоративной культуре со стороны российских менеджеров и исследователей стремительно растет. Это связано, прежде всего, с тем, что велико осознание роли корпоративной культуры в успехах компании. Российские менеджеры стремятся создать сильную корпоративную культуру, но зачастую это происходит путем переноса опыта западных компаний на российские компании без учета специфики условий ведения бизнеса и истории его становления. Корпоративная культура осознанно и неосознанно воспринимает ценности, которые присущи культуре предпринимательства данной страны.

Эти ценности формируются не в одночасье, а несут на себе отпечаток истории социально-

экономических отношений. Важную роль при этом играет исследование влияния национальной психологии на экономику и наоборот. Этим вопросом занимались М.Вебер, Дж. М. Кейнс, К. Маркс и др. Сегодня это уже целое направление в экономической науке, получившее название «этноэкономика».

Отечественные и зарубежные исследователи в своих работах не проходят стороной выявление черт национальной психологии, влияющих на экономику.

По их мнению, именно крепостная система привела к тому, что все потенциальные предприниматели-ремесленники, купцы, были не свободны, что выработывало психологию посто-

янной зависимости либо от государства, либо от частного владельца-феодала. Поэтому в культуре предпринимательства формировалось отношение к бизнесу как разовому и краткосрочному действию [4]. Такое отношение к бизнесу мы можем наблюдать и сегодня. Эта ценность закрепилась и в период социализма, когда основным собственником оставалось государство.

Другой пример, очевидно, огромные размеры территории России и экстремальные условия хозяйствования (около 70 % территории страны относится к зоне Севера) в значительной мере обусловили необходимость повышения участия государственных органов власти в жизнедеятельности российского общества. Северные, экстремальные условия хозяйствования оказывают особенно при рыночных отношениях серьезное сдерживающее влияние на развитие экономики, что проявляется в повышенных затратах на добычу и производство единицы продукции [5].

Также велико влияние православия на экономику России. Некоторые известные русские философы и экономисты на рубеже XIX – XX вв. (В.В. Розанов, С.Н. Булгаков) обратили внимание на то, что православие своими догмами сдерживало экономическое развитие России. С.Н. Булгаков в своей работе «Философия хозяйства» предпринял попытку отыскать способ использования потенциала православной культуры для обеспечения современности страны [1].

Рассмотрим основные моменты развития культуры предпринимательства в России. Мощное развитие предпринимательство получило в период от петровских реформ до 1917г. Этот период помимо всего прочего характеризуется ростом репутации российских предпринимателей за рубежом. В этот период в России существовала хорошо отлаженная система купеческих гильдий, со своим кодексом чести, правилами работы, системой присвоения статусов. За всю историю Российской империи не было ни одного судебного разбирательства за контрабанду в отношении купцов первой гильдии. В 1912 г. был принят первый этический кодекс «Семь принципов ведения дел в России».

Мокеева В.Г. отмечает следующие основные факторы, повлиявшие на развитие культуры предпринимательства в России до революции [4]:

1. Сильное вмешательство государства в дела людей. Одной из негативных сторон влияния этого фактора является зависимость предпринимателей от властей в части получения

государственного заказа и, как следствие, расцвет взяточничества.

2. Историческое развитие общества. Развитие культуры труда, производства и управления в России происходило в условиях частых потрясений и кризисов.

3. Доминирование экстенсивного типа хозяйствования над интенсивным.

4. Природно-климатические условия. Резко континентальный климат, необходимость выполнения сельскохозяйственных работ в сжатые сроки требовали, с одной стороны, «авральности», «штурмовщины», а с другой – объединения людей, чтобы «навалиться всем миром».

5. Органы власти и модель управления. Для российской культуры характерна фетишизация власти, поэтому государственная власть определяется формулой «желание участвовать в управлении, но не брать на себя ответственность». Участие же в управлении по определению требует принятия на себя определенных обязательств, ответственности (приложение 1).

6. Социо-культурная система. Для России характерна общинная социо-культурная система. Некоторые элементы крестьянской общины сохранены в современных колхозах. Поэтому приоритет отдается коллективному, а не индивидуальному хозяйствованию.

7. Приоритет государственных начал. Подчинение личных интересов интересам государства.

8. Тип социально-психологических отношений. Доминирующий тип неформальные и семейно-родовые отношения.

9. Религия. Византийский вариант христианства идеологически обосновывал покорность властям, нерыночность экономических связей в обществе, общинность в труде, соборность в политическом устройстве общества. Религия способствовала также смещению общественных ценностей от личности гражданина к государственности.

Ценность данного анализа в том, что выявлены основные факторы, воздействующие на культуру социально-экономических отношений. Причем временной период данного исследования охватывает достаточно большой временной период и позволяет на его основе осуществить ретроспективный анализ формирования российской корпоративной культуры.

Особое внимание исследователей деловой культуры России уделяется изучению осо-

бенностей социалистического предприятия. Их анализ позволяет объяснить причины некоторых явлений, которые характерны для современных российских организаций.

Первые критические работы по осмыслению культуры советского предприятия появляются в начале 1990-х. Здесь можно выделить исследования Я. Кузьмина, который выделил характерные черты культуры советского предприятия[3]:

1. Государственно-общинная традиция, имеющая досоветские корни;
2. Государственно-коммунистические традиции (одобрительного отношения к технологическим, социальным новациям, установке на постоянный рост благосостояния как нормы жизни);
3. Национальной рыночной традиции (создания теневых рынков, предприимчивости, умения собирать и обрабатывать локальную экономическую информацию, полученную по системе знакомств, рационального поведения, отсутствия деловой этики и правовой основы сделок, отождествление личного дохода и дохода фирмы).

Корпоративная культура предприятия как

необходимый компонент его функционирования была присуща отечественным предприятиям на протяжении всей истории хозяйственной деятельности. Как отмечает А.А. Радугин, в советский период истории России была развита довольно сильная организационная культура[6]. Однако, советская деловая культура находилась под сильнейшим влиянием государства, планировавшего и контролировавшего развитие экономики. В целом хозяйственное развитие было подчинено не собственно экономической целесообразности, а политическому курсу, определявшему его приоритеты и темпы[2].

Однако переход на рыночные отношения потребовал новой корпоративной культуры. Появление новых типов управленцев и работников, а также новых форм социально-экономических отношений немедленно отразилось на корпоративной культуре российских предприятий.

Таким образом, корпоративная культура современных российских предприятий без сомнения впитала в себя все особенности развития социально-экономических отношений, которые имеют глубокие исторические корни.

Литература

1. Зарецкий А.Д. «Праздник класс» современной России. // Экономическая наука современной России. - №1 (40) – 2008.
2. Зарубина Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства. М.: 1998.
3. Кузьминов Я. Советская экономическая культура: наследие и пути модернизации // Вопросы экономики. 1992, - № 3, с.44-57
4. Макеева В.Г. Культура предпринимательства: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002.
5. Павлов К. Этноэкономика как научное направление. // Общество и экономика, - № 11-12, - 2000.
6. Радугин А.А., Радугин К.А. Введение в менеджмент: социология организации и управления. Воронеж: высшая школа предпринимателей, 1995.

УДК 636.082.22

СЕЛЕКЦИОННО-ГЕНЕТИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ МОЛОЧНОГО СКОТА РАЗНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ

П.С. Катмаков, д. с.-х. н.
А.Г. Парамонов, Л.П. Афанасьева, аспирант
Ульяновская ГСХА

Для анализа результатов племенной работы, а также для дальнейшего планирования селекционной работы с породой, важно установить селекционно-генетические параметры как в целом

по породе, так и по ее структурным единицам. Наиболее важными селекционными признаками молочного скота являются: удой, содержание жира и белка в молоке, живая масса, воспроизво-