

Корпоративная культура: особенности в смешанных моделях организации

Научный руководитель – fff ffff

Герасимова А.А.¹, Руднева О.О.²

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии и менеджмента общественных процессов, Москва, Россия, *E-mail: nastia_gerasimova@bk.ru*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии и менеджмента общественных процессов, Москва, Россия, *E-mail: olga.rudneva.99@mail.ru*

Корпоративная культура – это идеи, интересы и ценности, разделяемые группой, т.е. опыт, навыки, традиции, процессы коммуникации, процесс принятия решений, мифы, страхи, надежды, устремления и ожидания, реально испытываемые работниками (Б. Феган).[1]

Уровни корпоративной культуры: поверхностный (символический) уровень – все, что человек может увидеть, услышать, потрогать (корпоративная символика, логотип, флаг и гимн фирмы и тд); подповерхностный уровень – ценности и нормы, сознательно зафиксированные в документах организации и призванные быть руководящими в повседневной деятельности членов организации (напр., установка «клиент всегда прав»); базовый (глубинный) уровень – базовые предположения, возникающие у членов организации, подкрепляемые или изменяющиеся в результате успешного опыта совместных действий и в большинстве случаев неосознаваемые.[2]

Корпоративная культура не имеет единого представления в социологической науке. Есть несколько концептуальных подходов к изучению К.к., каждый из которых предлагает свою методологию и фокус исследования:

- концептуальный подход – символический (рассматривает корпоративную культуру через призму символов и ритуалов, создающих и поддерживающих определенную социальную реальность внутри организации; представители: У. Оучи, Л. Смирсича, С. Мишон и П. Штерн)

- когнитивный подход – рассматривает её как набор знаний, верований и правил, усвоенных членами организации в ходе репрезентации внешних социальных и служебных взаимосвязей; представители когнитивного подхода - Д. Эллрилжа и А. Кромби)

- систематический подход (рассматривает организационный климат, формирующийся под влиянием объективных свойств организации (формальной структуры, стиля руководства и т.п.) и характеризуется состоянием психологической среды, т.е. закрепившихся в сознании работников комплексов субъективных впечатлений и суждений).[3]

Современное изучение данного феномена стало расширяться и помимо когнитивной культуры (представляет собой интеллектуальные ценности, нормы и правила для достижения поставленной цели) выделяют два новых типа – это эмоциональная культура и культура доверия:

- 1) эмоциональная культура - направлена на изучение эмоций, которые испытывают сотрудники в течение рабочего дня (общие для коллектива эмоциональные ценности, образцы поведения и нормы, регулирующие чувства людей на работе — какие они могут выражать открыто, а какие им необходимо подавлять). Ключевое различие с когнитивной культурой - способы ее передачи: когнитивная выражается вербальными методами, эмоциональная — невербальными.

Исследования Сигала Барасейда и Оливии О'Нил, показали, что эмоциональная культура влияет на такие аспекты профессиональной деятельности людей, как удовлетворенность работой, вложение усилий в совместную деятельность для достижения целей команды, креативность, качество труда и тд.

На базовом уровне различают пять видов эмоциональной корпоративной культуры, соответствующей четырем основным эмоциям человека: радость, любовь, гнев и страх.

- Культура радости: помогает поддержанию благоприятной атмосферы в организации как для сотрудников, так и для клиентов. К ней относятся: лозунги, оформление офисов (предметы интерьера, надписи на стенах и табличках и т.д.), проведение вне рабочих мероприятий и др.;

- Культура дружеской любви - эмоции, выражающие степень симпатии и заботы в коллективе, она помогает эффективнее выстраивать работу в команде, формировать лояльность у сотрудников, избегать эмоционального выгорания и др.; проявляется в способах коммуникации сотрудников в рабочие часы и в часы досуга, отношении к иерархии в компании и тд;

- Культура страха - приводит к дезорганизации действий работников и разрушению организации, но иногда она обусловлена спецификой профессиональной отрасли компании: не только позитивные, но и негативные эмоции служат в построении корпоративной культуры.[4]

Эмоциональная культура компании формируется благодаря тому, как сотрудники ведут себя изо дня в день. Однако ее направление в нужное русло зависит от действий топ-менеджмента.

К методам создания эмоциональной культуры можно отнести:

- отслеживание эмоций;
- направление чувств людей в нужное русло;
- личный пример;
- культурные символы;
- подражание нужной эмоциональной культуре со стороны работников.

2) культура доверия - эффективное решение по построению корпоративной культуры, ориентированной на сотрудников, выступает в качестве противовеса культуры, построенной на разовых бонусах для повышения мотивации.

В 2001 г. экономист Пол Зак провел исследование и выяснил, что повышения вовлеченности сотрудников в работу компании можно добиться благодаря восьми ключевым стилям поведения, которые активизируют производство окситоцина, стимулирующего работу в команде:

1) Признание чужого мастерства: неожиданное публичное признание от коллег сильнее всего стимулирует доверие сразу же после достижения поставленной цели;

2) Поощрение «стресса от сложностей»: сложная, но выполнимая работа (умеренный стресс) вызывает выброс нейроактивных веществ, улучшающих внимание и укрепление социальных связей;

3) Возможность свободной работы: после обучения сотрудников необходимо позволять им работать в индивидуальном ритме при условии выполнения поставленных задач;

4) Создание новых должностей: когда руководство доверяет сотрудникам в том, над какими проектами им работать, люди фокусируются на самом важном для них;

5) Распространение информации: важно правильно выстраивать процесс предоставления новой информации для сотрудников;

6) Сознательное построение отношений – социальные связи в рабочем коллективе увеличивают его производительность;

7) Инициирование личностного развития: компании, которые инвестируют в развитие талантов сотрудников, получают большую производительность и лояльность;

8) Транслирование своей незащитности: руководители в компаниях с высоким уровнем доверия просят своих подчиненных о помощи, это знак уверенного лидера, того, кто умеет мотивировать других на достижение целей.[5]

Подводя итог, отметим, что влияет корпоративная культура влияет на работу коллектива, формируя его ценности и поведение. Это оказывает прямое влияние на работу сотрудников, их мотивацию и продуктивность.

Источники и литература

- 1) Барсейд С., О'Нил О. Управление эмоциональной культурой // Harvard Business Review (HBR). Корпоративная культура. — 2017. — С. 38-58.
- 2) Басенко В. П., Жуков Б. М., Романов А. А. Организационное поведение: современные аспекты трудовых отношений. Учебное пособие. — М: Академия Естествознания, 2009. — 390 с.
- 3) Грошев И.В. Организационная культура: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент», по экономическим специальностям / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — с. 17-18
- 4) Гулянская, Е. А. Ценности индивидуализма и коллективизма в организационной культуре современной России: дис... канд. социол. наук: 22.00.06 / Гулянская Елена Андреевна. — Ставрополь, 2009. — 171 с.
- 5) Зак П. Нейрофизиология доверия// Harvard Business Review (HBR). Корпоративная культура. — 2017. —С.59-73.