

ВЛИЯНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ НА КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ ОРГАНИЗАЦИИ

Ильич Оксана Александровна

Белорусский государственный университет, Минск

oks_lich@mail.ru

В современных условиях все большее значение приобретает корпоративная культура, которая создает имидж организации и необходимые условия для ее эффективного функционирования. Корпоративная культура – это совокупность ценностей и убеждений, разделяемых работниками организации, которые предопределяют их поведение и характер жизнедеятельности организации [3].

В основе корпоративной культуры лежат идеи, взгляды, основополагающие ценности, которые разделяют все члены организации. Из ценностей вытекает стиль поведения, разрешения конфликтов, действующая система коммуникации, принятая символика, обычаи. Следует отметить, что внешние атрибуты без четко сформулированной философии организации не имеют никакой самостоятельной ценности.

В свою очередь, на корпоративную культуру влияют базовые ценности, мораль, традиции, которые воспринимаются сознательно или бессознательно каждым человеком. Установленные правила взаимодействия между людьми формируют национальный менталитет и проявляются во всех сферах жизни общества, в том числе и в экономической.

Национальная ментальность представляет собой социально-психологическое состояние общества. Она является результатом длительного и постоянного воздействия географических и социально-экономических условий его формирования и развития. Все эти факторы влияют на мировоззрение и образ жизни каждого человека.

Национальная ментальность является неформальным институтом и определяет путь хозяйственного развития общества, правила ведения предпринимательской деятельности, конкуренции, способы и формы коммуникаций не только внутри организации, но и с внешней средой, стили управления.

Корпоративная культура неразрывно связана с институциональной системой, в которой функционирует организация, и является продуктом ее развития. Институциональная система представляет собой устойчивую сложную и многоступенчатую структуру взаимосвязанных правил и механизмов регулирования отношений в обществе, которые включают в себя:

- правила поведения;
- правила контроля;
- деловые практики, то есть реальные события деловой жизни [1].

Правила поведения и контроля носят формальный характер. Формальные правила утверждаются соответствующими уполномоченными органами и существуют в виде юридических норм. Механизмы контроля реализуются через прокуратуру, суды и связаны с наступлением административной или уголовной ответственности.

Институциональную систему дополняют неформальные правила, культурные традиции и ценности. Неформальные правила (отношения) не зафиксиро-

ваны в конкретных нормативно-правовых актах, и их характер зависит от морально-этических норм поведения как отдельного человека, так и принятых в обществе. Они связаны с традициями, привычками, нравами, а механизмом контроля служит репутация, профессиональная и религиозная этика, кодекс чести.

Д. Норт писал: «Мы, живущие в современном западном мире, считаем, что жизнь и экономические процессы подчиняются писаным законам и правам собственности. Однако даже в самых развитых экономиках формальные правила составляют небольшую (хотя и очень важную) часть той совокупности ограничений, которые формируют стоящие перед нами ситуации выбора... Наше поведение в огромной степени определяется неписаными кодексами, нормами и условностями» [2].

Следует отметить, что неформальные нормы поведения основываются не только на культурных традициях и ценностях общества, но и на основе формализованных правил. Например, высокие ставки налогов способствуют сокрытию доходов и уклонению от их уплаты. Белые пятна в законодательстве приводят к вольной трактовке правовых норм и, как следствие, к злоупотреблениям и коррупции.

Институциональная система формирует экономическое сознание общества, которое проявляется в единстве норм, ценностей и установок. Она включает формы потребления, нормы взаимодействия, ценностное отношение к труду и богатству, а также уровень восприимчивости ко всему новому.

Исходя из имеющейся институциональной системы, формируется и корпоративная культура организации. П. Друкер отмечал: «Поскольку менеджмент связан с интеграцией людей в их общем предприятии, он глубоко укоренен в культуре. То, что менеджеры делают в Западной Германии, в Британии, в США, в Японии или в Бразилии является, по сути дела, одинаковым. То, как они это делают, может быть совершенно различным. Один из главных выводов, стоящих перед менеджерами развивающихся стран, состоит как раз в том, чтобы отыскать и распознать те элементы их собственной традиции, истории и культуры, которые можно использовать как строительные блоки модернизированной системы управления» [4].

Корпоративную культуру следует рассматривать как динамичную развивающуюся систему. Со временем меняются нормы, правила, взгляды, ценности. Поэтому главной задачей создания и развития корпоративной культуры организации является распространение лучших традиций, норм этики и морали для совершенствования системы управления во благо не только организации, но и общества в целом.

Литература

1. **Кузьминов Я.** Институты: от заимствования к выращиванию (опыт российских реформ и возможности культивирования институциональных изменений) / Я. Кузьминов [и др.] // Вопросы экономики. – № 5. – 2005.
2. **Норт, Д.** Институциональные изменения: рамки анализа / Д. Норт // Вопросы экономики. – № 3. – 1997.
3. **Юн, Г. Б.** Словарь по антикризисному управлению / Г. Б. Юн, В. В. Григорьев, Г. К. Таль. – Москва : Дело, 2003. – 448 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Ковалинский Анатолий Иванович¹
Кисельникова Инна Александровна¹
Поддубская Елена Александровна¹

Белорусский государственный университет,
Институт бизнеса и менеджмента технологий, Минск
kovalinski@sbmt.by, kiselnikava@mail.ru
alenaPoddubskaya@mail.ru

Современные руководители имеют дело с людьми разных поколений, это уходящие из трудовой жизни «бэби-бумеры», поколения X, Y и уже пришедшие в трудовую жизнь поколения Z. Разные поколения находятся на разных ступенях управленческой иерархии и структуры организации. Следовательно, современные руководители должны «настраивать» свое лидерское поведение с учетом возрастного и ценностного состава своих подразделений. Отличительная черта хорошего руководителя – это умение справляться с изменившимися общими условиями (в том числе с изменившимися людьми).

Мы все знаем: если рабочий климат – благоприятный, мы ходим на работу с удовольствием. Удовлетворение работника наступает, если рабочая атмосфера и условия работы соответствуют его запросам. Чем более мотивирован работник, тем лояльнее он будет вести себя по отношению к работодателю.

На практике часто образуется целая смесь ситуативных и индивидуальных мероприятий: внутренние и внешние, материальные и нематериальные стимулы, смешанные формы материальной и нематериальной мотивации работников. Отчасти это – мелочи, которые однако могут произвести большой эффект в совокупности управления. Мотивация – это весьма сложный процесс, и поэтому требует комплексного подхода. Чем комплекснее (то есть «полнее») система решений, тем она будет разнообразнее и гибче, и тем легче (и с меньшими затратами усилий) ее можно будет приспособить к изменившимся условиям.

Мотивы коллектива разнообразны и изменчивы. Если мы учитываем индивидуальные мотивы каждого работника, это, как правило, повышает мотивацию особенно сильно и этот эффект будет еще больше, если работник будет удовлетворен [1, с. 77].

Особое затруднение у работодателей вызывает применение нематериальной мотивации. Проанализировав многочисленные материалы, можно выделить следующие методы нематериальной мотивации: корпоративные мероприятия и конкурсы для сотрудников и их детей; обширные культурные программы для работников компании; регулярное проведение детских праздников; рекреационная зона в офисе компании; личный игровой аккаунт. Многие компании обустроят свои офисы так, чтобы сотрудникам приятно было там работать, это проявится во всем, начиная от цветовой гаммы кабинетов, заканчивая шведским столом и свободным графиком работы.