

КРИТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ

М.А. Илюсина

Научн. рук.: Т.В. Купчинова

Многонациональные корпорации, крупные компании и международные организации заняли устойчивое место в сегодняшней картине мира, без них мы уже не представляем дальнейшего развития человечества. В силу наличия большого количества ресурсов, многие из них имеют широкую сферу влияния не только на отдельные компании, но и на государство в целом. Деятельность таких компаний регламентируется как национальным, так и международным законодательством. Наряду с этим мы должны отметить, важность социальных инструментов, позволяющих сплотить между собой членов организации, объединить их вокруг главной цели, миссии. В качестве такого инструмента выступает корпоративная культура.

Без сомнения, корпоративная культура – необходимый элемент в управлении любой организации, однако среди экономистов, социологов, управленцев и психологов, изучающих феномен корпоративной культуры, нет однозначного мнения относительно того какие последствия может иметь увлечение нормами и правилами корпоративного поведения. Большинство из них считает, что корпоративная культура лишь способствует эффективному выполнению задач и успешному взаимодействию сотрудников, но есть и другая точка зрения.

С начала двадцатого века начинает формироваться иное, отличное от большинства мнение о том, что корпоративная культура не всегда выступает как инструмент сплочения коллектива и эффективного достижения целей. Такого критического подхода к корпоративной культуре придерживались М. Элвессон, С. Дитц, Г.В. Градосельская и другие.

Критический подход к корпоративной культуре рассматривает последнюю в качестве инструмента власти, «завесы, фальшивого фасада, и мало кто, особенно поработавшие несколько лет «внутри», верит, что за фасадом стоит то самое здание, которое на нем нарисовано» – говорит Г.В. Градосельская [1]. Здесь идет речь о том, что корпоративная культура со своими нормами и ценностями ограничивает работника, предписанные правила кажутся бессмысленными, однако требующими следования им.

С. Дитц в своей работе «Демократия в век корпоративной колонизации» описывает, как корпорации подчинили себе другие социальные институты. «Вторжение корпораций и организаций во внерабочую жизнь человека и влияние на трансформацию различных институтов в рамках производства новых значений, персональной идентификации, ценностей, знаний и моделей обоснования можно назвать корпоративной «колонизацией»» – такое понятие вводит С. Дитс [2].

Идея корпоративной колонизации заключается в том, что корпорации создают такие условия для работника, в которых корпоративная культура поглощает все сферы его внерабочей жизни. Сплочение коллектива приводит тому, что круг друзей сотрудника состоит из коллег, а корпоративные мероприятия для работников их близких приобщают к работе и семье. Теперь сотрудники обсуждают работу во вне рабочее время, за ужином с семьей, в кругу друзей, ведь друзья – это коллеги, а семья прекрасно знакома с компанией и ее ценностями.

К примеру, в некоторых компаниях сотрудникам позволяют приводить на работу своих домашних питомцев. К числу таких компаний, позволяющих брать с собой домашних животных, можно отнести Google Inc., Ferray Corporation, Amazon.com Inc. И т.д. Казалось бы, это только стимулирует сотрудников, ведь теперь не нужно спешить домой, чтобы выгулять собаку или покормить кота. Однако такая уловка лишь способствует тому, что сотрудники работают сверхурочно, ведь теперь любимый питомец рядом, домой можно не спешить.

Чаще всего такое явление характерно для больших компаний, где корпоративная культура настолько масштабна, что порой выходит за рамки компании. В некотором роде, корпоративная культура диктует образ жизни своих сотрудников, создавая для этого систему бонусов и поощрений. Так, например, рабочие мобильные телефоны, которые предоставляют некоторые компании своим сотрудникам, делают работника доступным для начальства все 24 часа, независимо от того, рабочее это время или нет. Работник всегда на связи, а соответственно никогда не забывает, что ему могут позвонить, всегда думает о работе.

В большинстве своем, сотрудники таких больших корпораций не всегда осознают, что они живут «в ритме» своей компании. Типичная ситуация, которую можно наблюдать, когда сотрудник уходит с семейного ужина, потому что возникает неотложная работа или даже начальство просит раньше выйти из отпуска. Несмотря на это, сотрудники продолжают упорно работать ради повышения или одобрения начальства.

Такое явление как корпоративная колонизация может весьма негативно сказаться на морально-психологическом состоянии сотрудников, их личной жизни, ведь если у работника возникают трудности в личной сфере, его эмоциональное состояние в любом случае переносится и на рабочую сферу. Руководители корпораций не уделяют должного внимания психологическому и социальному аспекту работы, используя сотрудников и «выжимая» из них все, что последние могут дать. Возводя в приоритет максимизацию прибыли и повышение эффективности, руководители задумываются о человеческом ресурсе недостаточно.

Руководители могут связывать неудачи компании со слабой корпоративной культурой, низким уровнем лояльности, скрывая, тем самым, свои управленческие ошибки.

1. *Градосельская, Г.В.* Невольники в галстуках: изнанка корпоративной культуры //Harvard Business Review – Russia. 2009. Июнь-Июль. С. 76-85.

2. *Deetz S.A.* Democracy in an age of corporate organizations / S.A. Deetz. Albany: State University of New York Press, 1996. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://books.google.com/> . – Дата доступа: 30.04.2016.