

ВЛИЯНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ОКРУЖЕНИЯ И НАЦИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ НА КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ

О. В. Мясникова, А. Е. СЕРЕДА

Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь
miasnikovaov1@gmail.com, differentmejordan@yandex.by

В современных условиях все большее значение приобретает корпоративная культура как неотъемлемый инструмент достижения стратегических целей организации. Корпоративная культура – это совокупность ценностей, убеждений, разделяемых работниками, которые определяют их поведение и характер жизнедеятельности организации.

Сегодня корпоративная культура является одной из важнейших составляющих успеха компании. Меняется концепция менеджмента, все больше изучаются явления и действия, которые оказывают неочевидное, но ощутимое воздействие на уровень прибыли предприятия.

Несмотря на то что понятие корпоративной культуры сравнительно новое, сама по себе она зародилась очень давно. Впервые термин «корпоративная культура» был сформулирован и применен немецким фельдмаршалом Мольтке в XIX в., который использовал его для определения неформальных, но важных нюансов общения и отношений в высших чинах армии [1, с. 13].

Одним из основных признаков корпоративной культуры можно назвать гармоничность организации, в которой отдельные элементы культуры по уровню своего развития, направленности, идеям, целям, задачам, способам достижения целей соответствуют друг другу. На практике корпоративная культура проявляется в системе ценностей, присущей организации; общих принципах ведения дела; традициях организации и особенностях ее жизнедеятельности; специфических нормах межличностных отношений и кадровой политике; официальном кредо компании и неформальных убеждениях ее сотрудников; системе коммуникаций.

Кроме непосредственного влияния на поведение и отношения сотрудников через систему ценностей, норм, символов, культура влияет на персонал

посредством оказания воздействия на другие элементы управления персоналом. Наличие стройной системы ценностей и норм поведения позволяет организации создать единый вектор движения и развития компании ее сотрудников. Впрочем, грамотно внедренная корпоративная культура позволяет не только улучшить процесс внутренней коммуникации, но и обеспечивает лояльность сотрудников, помогает поддерживать командный дух коллектива, от которого порой зависит безопасность компании. Именно поэтому одной из основных задач, стоящих перед руководителями и менеджерами современной организации, является интеграция всего персонала вокруг ее основных целей и задач. Характеристиками, которые обрисовывают наличие корпоративной культуры в учреждении, являются [1, с. 18]:

- однородность членов организации. Общность возраста, интересов, взглядов и т. п.;
- стабильность и продолжительность совместного членства;
- кратковременное членство в организации и постоянное изменение ее состава не способствуют освоению культурных особенностей;
- характер совместного опыта, интенсивность взаимодействия. Если члены организации совместными усилиями преодолевали реальные трудности, то сила воздействия корпоративной культуры выше.

На развитие корпоративной культуры оказывает влияние множество факторов, однако их можно классифицировать, разбив на 3 группы [2, с. 64]:

1. *Личностно-поведенческие факторы.* Факторы этой группы относятся к индивидуальным особенностям и характеристикам сотрудников фирмы, как руководителя, так и подчиненных. Они оказывают непосредственное влияние на формирование системы ценностей внутри компании, а также на проявления корпоративной культуры предприятия во внешней сфере.

2. *Структурно-нормативные факторы.* Факторы данной группы формируются в соответствии со структурой фирмы, целями, которые она преследует и сложившимся порядком работы и организации.

3. *Внешние факторы.* Уровень инфляции, рыночная конкуренция, налогообложение, особенности законодательства, уровень коррупции, господдержка бизнеса, демографическая ситуация в стране и т. д. – все это вынуждает компанию корректировать свою деятельность, подстраиваться под влияние этих факторов.

Социокультурное окружение объединяет демографические характеристики, нормы, обычаи и ценности населения страны. Важными социокультурными характеристиками являются географическое распределение и плотность населения, его средний возраст, уровень образования, состав рабочей силы и потребителей. Корпоративная культура предприятия напрямую зависит от данных факторов, т. к. они оказывают прямое влияние на сотрудников трудового коллектива предприятия [2, с. 31].

Современные же предприятия формируют новые ценности, ориентированные на гармонизацию отношений с природной и социальной средой, социокультурными традициями и предпочтениями, основанными на выборе цели и смысла жизни. Современное производство раскрывается как специфическая социальная технология, обеспечивающая меру соотношения традиции/новации в масштабах конкретного общества, а значит, сохранение и приращение конкретного типа культуры.

Сегодня во всем мире происходят процессы глобализации, миграции и автоматизации. Они оказывают значительное влияние на корпоративную культуру и социокультурное окружение многих стран. Поскольку глобализация и миграция означают изменение социокультурного окружения, то сама корпоративная культура компаний также может претерпеть некоторые изменения. Конечно, при слиянии культур и народностей могут возникнуть некоторые трудности, но если руководство компании четко следует определенной схеме функционирования, то глобализация не является помехой, а наоборот, преимуществом.

Национальная специфика также играет значительную роль в становлении и функционировании корпоративной культуры. Под национальной спецификой следует понимать особенности, которые характерны представителям той или иной национальности. К примеру, можно сравнить традиционное корпоративное приветствие руководства в Мексике, где пришедший на работу сотрудник обязательно должен зайти поздороваться с руководителем в его кабинет, и западный тип, где работник появляется на рабочем месте и ожидает руководителя для получения инструкций [3]. В качестве еще одного примера можно рассмотреть отношение к алкогольным напиткам. В стране, где только малая часть населения подвержена алкоголизму, на предприятиях будут уделять меньше внимание дисциплине в отношении употребления алкогольной продукции. Но если речь идет о государстве, где алкоголизм достигает эпидемических масштабов, проверка трезвости и лекции о пользе здорового образа жизни будут значимой частью корпоративной культуры [4].

Рассматривая в данном отношении Республику Беларусь, следует отметить, что главной проблемой корпоративной культуры в стране выступает нехватка мотивации персонала выполнять поставленные руководством задачи. Этот аспект обусловлен, по большей части, экономической ситуацией в стране, что также оказывает значительное влияние на развитие корпоративной культуры белорусских предприятий. В отличие от предприятий, расположенных в США и Европе, белорусские фирмы не испытывают колоссальных последствий миграции и глобализации. Однако при формировании и поддержании корпоративной культуры в Беларуси возникает своя доля проблем, пусть даже и отличных от вышеперечисленных. В частности, к ним относят следующие:

1. Неадекватная заработная плата сотрудникам предприятий. Объем работ намного превышает плату за их выполнение.

2. Отсутствие чувства единства работников предприятия как коллектива. Каждый сам за себя.

3. Отсутствие меритократии в распределении должностей. Позиции на предприятиях зачастую достаются «по знакомству», а не по заслугам.

4. Нездоровый образ жизни (никотиновая, алкогольная зависимость) работников линейного персонала предприятий.

Из вышеперечисленного видно, что главной проблемой предприятий Республики Беларусь выступает не процесс миграции, который способствует влиянию в рабочую силу представителей других культур и мировоззрений, а менталитет белорусов, сформированный неблагоприятным экономическим положением страны.

Для того чтобы успешно преодолеть отмеченные проблемные аспекты, необходимо разработать программу развития корпоративной культуры предприятия в Республике Беларусь. Фокусом данной программы должны являться стратегии становления и развития корпоративной культуры предприятия как на макроуровне, так и на микроуровне. Сегодня достаточно ясным является то, что белорусы не чувствуют уверенности в завтрашнем дне, что приводит к разладу в коллективе, установке «каждый сам за себя», ухудшению здоровья населения.

Первым шагом к улучшению социокультурного окружения в Беларуси должна стать реформа на законодательном уровне в отношении малого и среднего бизнеса. Это будет способствовать развитию компаний и предприятий страны и затем приведет к увеличению прибыли и стабилизации экономической ситуации страны по истечению некоторого времени. Законодательство должно быть ужесточено в области взяточничества и устройства на работу «по знакомству». Таким образом мораль коллектива будет улучшена, т. к. все позиции занимаются по заслугам.

Следующим этапом являются стратегии формирования и поддержания корпоративной культуры на микроуровне, т. е. внутри предприятий. Для достижения этой цели предприятиям необходимо сфокусироваться на уровне заработной платы, т. е. ее адекватности занимаемой должности, поддержания дисциплины на территории фирмы, а также гарантировать безопасность рабочего места сотрудника. Данные аспекты могут быть достигнуты путем разработки предприятием адекватного плана формирования корпоративной культуры. Как пример, данный план был сформирован на предприятии «Атлант-М» и принес положительные результаты фирме [5].

В завершение следует отметить, что значимость корпоративной культуры в процессе функционирования предприятия не может быть переоценена по

той причине, что человек является самым важным ресурсом предприятия, а корпоративная культура – это своего рода инструмент управления деятельностью человека в составе трудового коллектива.

Список использованных источников

1. *Гэлэгер, Р.* Душа организации. Как создать успешную корпоративную культуру / Р. Гэлэгер. – М. : Добрая книга, 2016. – 352 с.
2. *Иванова, Т. Б.* Корпоративная культура и эффективность предприятия / Т. Б. Иванова, Е. А. Журавлёва. – М. : РУДН, 2011. – 152 с.
3. Business culture in Mexico [Electronic resource] // World business culture. – Mode of access: www.worldbusinessculture.com. – Date of access: 10.03.2018.
4. East vs. West: Top 5 corporate Cultural Differences [Electronic resource] // Absolute Internship. – Mode of access: www.absoluteinternship.com. – Date of access: 09.03.2019.
5. Вот из чего состоит корпоративная культура «Атлант-М» [Электронный ресурс] // Про бизнес. – Режим доступа: www.probusiness.io. – Дата доступа: 10.03.2019.