

ВЛИЯНИЕ НЕФОРМАЛЬНЫХ СТРУКТУР НА КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ ОРГАНИЗАЦИИ

М.Ю. Теняно, кандидат философских наук, доцент;

Ю.Ю. Шинкарь

(Белорусский государственный экономический университет)

Современная наука управления, опираясь на накопленные теоретические знания, в последнее время все больше внимания уделяет психологическим проблемам менеджмента. Одним из примеров работ в данном направлении является анализ корпоративной культуры организации и влияния на нее неформальных структур. В отечественной литературе все чаще появляются публикации, посвященные данной теме.

Проблемам формирования и изменения корпоративной культуры посвящены работы таких зарубежных авторов как Эдгар Шейн, Т.Коттер, А. Кеннеди, Дж. Хескетт, Ким Камерон и Роберт Куин, Т. Питерс, Д. Уотерман, И. Ханди. Среди отечественных исследователей данной проблемы можно выделить Э.А. Смирнова, В.А. Спивака, И.А. Храброву, Т.Ю. Базарова, А.В. Бандурина [1, 2, 3, 4, 5].

Как отечественные, так и зарубежные авторы сходятся в том, что корпоративная культура представляет собой систему ценностей, паттернов поведения, способов оценки результатов деятельности, принимаемых всеми членами конкретной организации. Корпоративная культура «живет» в единой символике, посредством которой передаются ценностные ориентации, негласные правила поведения, представления о принятых и неприемлемых способах взаимодействия, лежащих в основе построения деятельности индивидов внутри и за пределами организации. Среди факторов, влияющих на формирование корпоративной культуры, можно выделить: стиль управления организацией, историю и источники бизнеса, профессиональный уровень сотрудников [5, с. 312]. На последнем факторе остановимся более подробно: с нашей точки зрения именно сотрудники, т. е. та неформальная группа, в которую они входят на предприятии, и формируют корпоративную культуру.

В каждом коллективе можно выделить структуру влияния, ожидания и симпатий, являющихся неформальными [2, с. 85]. Структура влияния формируется на основе взаимодействия двух категорий лиц одной группы — тех, которые заявляют о своих желаниях, и тех, кто выполняет эти желания. В коллективе почти всегда есть люди, навязывающие другим свою волю, и всегда находятся подчиняющиеся. Структура ожидания возникает в результате отношения одной более или менее крупной части группы к тому, какое поведение следует ожидать от определенных членов группы в конкретных ситуациях. Структура симпатий складывается из предпочтений в симпатии, антипатии или равнодушию одних сотрудников к другим. На основе данных структур складываются особенности неформальных групп:

- небольшое число людей;
- в основе их образования лежат чувство симпатий, единство интересов и увлечений, общих черт характера и поведения;
- наличие авторитетных лидеров;
- возникновение ритуалов, традиций, правил, обязанностей и санкций.

Специфика неформальных групп заключается в том, что они могут как помогать официальному руководству коллектива, так и выступать к нему в оппозиции, оказывать сопротивление, что, чаще всего, может проявляться в таких негативных призна-

ках корпоративной культуры как, например, следующих установок работников: «Всю работу не переделаешь», «Ты начальник — я дурак, я начальник — ты дурак», «Инициатива всегда наказуема» и др.

В рамках неформальных групп удовлетворяются следующие потребности: потребность в принадлежности, статусные потребности, потребность в самоактуализации. Главное, чтобы было сочетание, совпадение корпоративных целей организации и индивидуальных целей. Для достижения этого корпоративную культуру необходимо формировать целенаправленно, опираясь на неформальных лидеров в коллективе.

Для этого необходимо:

- определить миссию организации;
- определить основные базовые ценности;
- сформировать стандарты поведения;
- описать традиции, символику.

Во взаимодействии с неформальными лидерами необходимо встречаться, поощрять тех, кто способствует достижению целей организации, привлекать их к разработке и принятию решений, вести политику «открытых дверей», «реагирования» (работники должны знать реакцию руководителя на их работу, поведение, общение) и «оповещения» (баланс между формальными и неформальными информационными потоками).

Литература

1. Бандурин, А.В. Деятельность корпораций / А.В. Бандурин. М.: БУКОВИЦА, 2002. 600 с.
2. Мещерякова, Е.В. Психология управления: учеб. пособие / Е.В. Мещерякова. Минск: Выш. шк., 2005. 237 с.
3. Смирнов, Э.А. Основы теории организации. / Э.В. Смирнов. М.: ЮНИТИ, 2001. 373 с.
4. Спивак, В.А. Корпоративная культура / В.А. Спивак. СПб.: Питер, 2001. 352 с.
5. Шейн, Э. Организационная культура и лидерство: пер. с англ. / Э. Шейн; под ред. В.А. Спивака. СПб.: Питер, 2002. 336 с.