

Сильная корпоративная культура как условие обеспечения прочности организации в условиях неопределенности

Strong Corporate Culture as a Condition for Ensuring the Strength of the Organization in Conditions of Uncertainty

Н. ЦЫЦАРОВА

Цыцарова Наталья Михайловна, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и менеджмента Ульяновского государственного технического университета. E-mail: n.thitharova@bk.ru

Статья раскрывает особенности корпоративной культуры организаций, оказавшихся устойчивыми к пандемическому шоку и сохранивших относительно устойчивое положение на рынке в современных условиях. Одной из отличительных черт таких организаций является сильная корпоративная культура. В статье приводятся результаты исследований ценностей корпоративной культуры, разделяемых большинством успешных организаций. Обзор отечественных и зарубежных исследований в области корпоративной культуры позволил выявить, что, несмотря на уникальность корпоративной культуры каждой успешной организации, их объединяет приоритет таких ценностей как открытость, объективность, доверие и честность.

Ключевые слова: корпоративная культура, неопределенность, ценности, пандемия, гибридная форма работы, технологии, адаптация.

The article reveals the features of the corporate culture of organizations that have proved resistant to the pandemic shock and have maintained a relatively stable position in the market in modern conditions. One of the distinguishing features of such organizations was found to be a strong corporate culture. The article presents the results of research on the values of corporate culture shared by most successful organizations. A review of domestic and foreign studies on corporate culture revealed that, despite the uniqueness of the corporate culture of each successful organization, they are united by the priority of such values as openness, objectivity, trust and honesty.

Key words: corporate culture, uncertainty, values, pandemic, hybrid form of work, technology, adaptation.

Основные положения

1. На основе анализа результатов исследований корпоративной культуры в период пандемии выявлены ценности, актуализировавшиеся в данный период и определяющие силу организации в новых условиях. Актуализация новых ценностей приводит к трансформации мышления руководителей и сотрудников организации, что, в конечном итоге, должно проявиться в новых действиях, которые приведут к организационным изменениям. Сила корпоративной культуры проявляется в ее способности формировать новые смыслы и трансформировать миссию организации.
2. Сильная корпоративная культура является условием, обеспечивающим устойчивость организации в период крайней нестабильности внешней среды. Выдержать длительный период неопределенности способны организации, строящие свою деятельность на принципах открытости, объективности, честности, что способствует повышению уровня доверия рядовых сотрудников к руководству. Организации, имеющие высокий уровень доверия, способны быстрее производить необходимые изменения с минимальным сопротивлением персонала.
3. Силу корпоративной культуры поддерживают различные взаимодействия между сотрудниками в организации. Наибольшую роль в данном процессе играет личное общение, которое в условиях пандемии было резко ограничено. Это способствовало применению новых инструментов выстраивания внешних и внутренних коммуникаций. Внедрение организациями гибридных форм работы стало одним из способов адаптации к новым условиям.

Введение

Развитие организации в современных условиях происходит под влиянием большого числа факторов. Наибольшее влияние оказала пандемия, которая привела к экстремально быстрой цифровой трансформации общества и внедрению процессных и продуктовых инноваций на различных уровнях управления. Процессы, происходящие сегодня в мире, сохраняют высокий уровень неопределенности, что порождает повышение общей тревожности и напряженности. При этом, несмотря на наличие негативного информационного поля и сохранение угрозы заболевания сотрудников COVID-19, большое количество компаний продолжают успешно развиваться, сохраняя свои лидирующие позиции. Одним из условий развития таких компаний является сильная корпоративная культура. Уровень корпоративной культуры лидирующих компаний за последние пять лет значительно возрос [3].

При этом актуализируются другие ценности, которые выступают базой корпоративной культуры современной организации.

Можно выделить следующие направления отечественных и зарубежных исследований в области корпоративной культуры за последние 5 лет:

- 1) влияние корпоративной культуры на инновационную активность организации;
- 2) влияние цифровой трансформации общества и экономики на изменения корпоративной культуры;
- 3) управление корпоративной культурой в условиях распространения COVID-19;
- 4) значимость корпоративной культуры в обеспечении устойчивости организации в условиях кризиса.

Исследования направлены на выявление изменений корпоративной культуры, поиск новых подходов и методов управления ею в новых условиях, аккумуляцию опыта успешных организаций в данной области.

Цель работы состоит в рассмотрении ценностей, обеспечивающих силу корпоративной культуры в современных условиях. Гипотеза исследования состоит в том, что в условиях высокой неопределенности и тревожности актуализируется ряд базовых ценностей корпоративной культуры, позволяющих организации не только сохранять устойчивость, но и развиваться.

Методы

Методом исследования выступает анализ результатов опубликованных исследований, проведенных российскими и зарубежными научными коллективами, а также консультационными компаниями. Также применены метод систематизации и метод сравнительного анализа.

В работе используются содержательные подходы к анализу корпоративной культуры организации в условиях высокой неопределенности внешней среды.

Результаты и обсуждение

Сильная корпоративная культура включает ценностные ориентации, нормы и принципы функционирования организации. Она способна обеспечить высокую эффективность и управляемость, но может и ограничивать внедряемые в организации изменения.

Сущность корпоративной культуры определяет система значимых представлений и ценностей, воздействующих на членов организации и получающих выражение в их поведении и действиях. Эти ценностные ориентации передаются индивидом через символы, ритуалы, модели поведения [3].

В современных условиях, характеризующихся высоким уровнем неопределенности и тревожности, наличием негативного информационного поля, ценностные ориентации претерпевают изменения, при этом применявшиеся ранее инструменты поддержания и передачи моделей поведения, ценностей уже не могут быть использованы.

Согласно исследованиям PwC, в период пандемии 41 % респондентов (руководители по управлению персоналом) выразили беспокойство, что дистанционный формат работы ослабит корпоративную культуру [4].

Снижение, и даже практически полное прекращение личного общения в период пандемии изменило самоощущение причастности многих сотрудников к организации. Кроме того, период пандемии привел к массовому профессиональному выгоранию сотрудников. Чтобы сохранить единство команды в этих непростых условиях, в организациях начался поиск новых путей поддержания корпоративной культуры. Корпоративная культура призвана как никогда ранее продемонстрировать, что организация – не только источник дохода, но и место удовлетворения многих потребностей высшего уровня. Прежде всего, это удовлетворение потребностей в духовной сфере, а именно – в нахождении в «своей» социальной группе и потребности в самореализации, самоопределении [5].

В период 2020–2021 гг. был проведен ряд масштабных исследований, прямо или косвенно связанных с корпоративной культурой. Это исследования консалтинговой компании PwC, консультационной группы Edelman, Д. Берсина с коллегами, Фонда «Общественное мнение», опросы сервиса Rabota.ru и многие другие [3; 5–8].

Исследования позволили обнаружить феномены, оказавшие влияние на корпоративную культуру. Среди них – высокая неопределенность внешней среды; экстренное внедрение цифровых технологий; гиперконтроль за изменениями STEP-факторов; высокий уровень тревожности в обществе, сопровождаемый страхом за здоровье сотрудников; направление основного фокуса внимания организации вовне.

Рассмотрим исследования более подробно.

Базой глобального исследования PwC явились организации, которые считают, что они успешно адаптировались к пандемии. В результате исследования было обнаружено, что корпоративная культура в этих условиях позволила обеспечить успешную реализацию изменений и помогла улучшить бизнес-результаты [4].

Однако для российских организаций корпоративная культура имеет меньшее значение в достижении экономических и финансовых результатов.

В работе Измайловой М.А. [5] отмечены следующие факторы, обеспечивающие адаптивность организаций к условиям нестабильности:

- 1) руководитель – это тот, кто играет ведущую роль в передаче актуальных ценностей и моделей поведения;
- 2) руководитель организации обладает высоким интеллектуальным потенциалом и прогностическими компетенциями;
- 3) руководитель организации демонстрирует объективность и открытость;
- 4) на первый план выходят нравственные принципы работы и взаимодействия людей;
- 5) происходит формирование новых смыслов существования организации;
- 6) организация демонстрирует суперустойчивость при соблюдении обязательств.

Исследования, проведенные в 2020–2021 гг., ставившие целью изучение влияния пандемии на операционные показатели и финансовую устойчивость организации, выявили следующее [7; 9; 10]:

- 1) крупные организации обладают большим запасом прочности в период пандемии;
- 2) сильная корпоративная культура делает организации более устойчивыми к пандемическому шоку;
- 3) организация быстрее адаптируется к новым условиям, если у корпоративной культуры высокий параметр национальной культуры (по Г. Хофстеде – «долгосрочная ориентация»).

В ходе исследования «Барометр доверия – 2020» [8] было обнаружено, что бренды, которые сохранили высокую степень доверия населения, демонстрировали такие ценности, как:

- 1) преобладание человеческих отношений над желанием бренда получить прибыль;
- 2) забота о потребителе через обеспечение его финансовой безопасности;
- 3) поддержание эмоциональных связей, развитый эмоциональный интеллект;
- 4) доверие и сопереживание людям.

Исследование «Культура 500» [7], проведенное в 2020 г., позволило выявить так называемых «чемпионов культуры» – организации, которые в условиях пандемии продемонстрировали

рост и развитие. Исследование показало, что корпоративная культура каждой организации является уникальной, при этом объединяют их такие основные ценности, как сотрудничество, честность, инновации, уважение, ориентация на клиента, исполнение и целостность. Кроме того, согласно результатам исследований, в таких организациях создана и поддерживается психологически безопасная среда и активно реализуется женское лидерство.

Результаты исследования демонстрируют, что в условиях неопределенности корпоративная культура является ресурсом организации, обеспечивающим быструю адаптацию к изменяющимся условиям. В то же самое время в экстремальных условиях можно наблюдать два параллельных процесса. Первый связан с изменением самой корпоративной культуры под влиянием внешней среды через актуализацию ценностей, способных формировать новое мировоззрение и новую миссию организации. Высокую адаптивность к новым условиям демонстрируют организации, имеющие гибкую корпоративную культуру. Второй процесс направлен на цементирование этих новых ценностей, что обеспечивает устойчивость и стабильность организации.

Заключение

Организации находятся в уникальных и одновременной очень сложных условиях функционирования, характеризующихся высоким уровнем неопределенности и тревожности в обществе и экономике. В таких условиях формирование и поддержание сильной корпоративной культуры является одним из главных источников стабильности, безопасности и надежности. Изучение опыта успешных организаций, их поведенческих рыночных моделей и ценностей, разделяемых большинством сотрудников, может стать ориентиром в условиях неопределенности. В то же время для многих организаций это время может стать периодом осознания своей миссии, того, чем они являются для общества. Это позволит привлечь в организацию думающих, ориентированных на развитие, не боящихся сложностей и трудностей сотрудников, способных создавать новые формы и направления бизнеса.

Литература

1. Богомолова Е.В. и др. Антикризисные трансформации корпоративной культуры российских компаний во время пандемии COVID-19 // Социологический журнал. 2021. Т. 27. № 4. С. 53–71.
2. Вафина Ш.Р. Корпоративная культура как элемент HR-бренда организации // Аспирант. 2021. № 5. С. 72–75.
3. Горлова Е.В., Решетникова Н.С. Развитие корпоративной культуры в период распространения COVID-19 на примере американского общества // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2021. № 1. С. 138–143.
4. Зайцева Н.А. Роль корпоративной культуры в разработке стратегии развития предприятий функционирующих в условиях продолжающейся пандемии Ковид-19 // Российские регионы: взгляд в будущее. 2021. Т. 8. № 2. С. 35–53.
5. Измайлова М.А. Значимость корпоративной культуры для устойчивости компаний в условиях кризисных явлений // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. Т. 13. № 1. С. 8–26.
6. Левицкая П.В. Диалектика ценностей в контексте корпоративной культуры // Общество. История. Современность. 2006. № 9. С. 52–56.
7. Culture 500: introducing the 2020 culture champions [Electronic resource]. URL: <https://sloanreview.mit.edu/projects/culture-500-introducing-the-2020-culture-champions/>
8. Glassdoor [Electronic resource]. URL: <https://www.glassdoor.com/index.htm>
9. Li Kai, Liu Xing, Mai Feng and Zhang Tengfei. The Role of Corporate Culture in Bad Times: Evidence from the COVID-19 Pandemic (July 22, 2021). Journal of Financial and Quantitative Analysis, Forthcoming, European Corporate Governance Institute – Finance Working Paper No. 726/2021 [Electronic resource]. URL: <https://ssrn.com/abstract=3632395>
10. Liu Yu, Peng Mike, Wei Zuobao, Xu Jian and Xu Lixin Colin. Organizational Resources, Country Institutions, and National Culture Behind Firm Survival and Growth during COVID-19 (April 10, 2021) [Electronic resource]. URL: <https://ssrn.com/abstract=3823869>