

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

Григорьева Софья Валентиновна

студент, Белгородский государственный технологический университет, РФ, г. Белгород

Шаповалов Александр Анатольевич

научный руководитель, канд. экон. наук, доц., Белгородский государственный технологический университет, РФ, г. Белгород

В прошлом году весь мир столкнулся с новой довольно сложной проблемой – пандемией новой коронавирусной инфекции, из-за чего многие организации встретились с рядом трудностей, таких как экономическая нестабильность и удаленный режим работы.

Для того чтобы остаться «на плаву» и не потерять свои позиции на рынке многим фирмам пришлось ввести изменения в свою работу, в частности пришлось преобразовать корпоративную культуру. Для начала разберемся, что из себя представляет корпоративная культура.

У этого термина есть множество определений, так как оно довольно недавно начало использоваться в менеджменте и еще не до конца изучено. При этом, проанализировав некоторые определения, можно вывести одно, наиболее отражающее сущность этого явления: корпоративная культура – это система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность и восприятия себя и других в социальной и вещественной среде. [5]

Корпоративная культура – это система, в которой выделяют пять основных компонентов: [3]

1. Корпоративный стиль - совокупность элементов, благодаря которым одна компания отличается от другой. Чаще всего включает в себя элементы, используемые в корпоративном стиле предприятия;
2. Система коммуникаций. Данный элемент очень важен не только как имиджевая составляющая организации, но и как средство регулирования эффективности деятельности ее сотрудников;
3. Стиль и система лидерства. Данная часть представляет собой неофициальный компонент корпоративной культуры. Но несмотря на это, трудно ее переоценить, так как все остальные элементы, концентрируются вокруг него;
4. Регламент разрешения конфликтов. Очень важная составляющая в современных условиях, в реалиях повсеместной клиентоориентированности и вместе с тем психологической раскрепощенности работников;
5. Иерархическая структура. Определенная структура распределения ответственности и уровней подчиненности во много раз повышает производительность труда.

Все эти элементы тесно взаимосвязаны и имеют сильное влияние на деятельность организации и ее эффективность.

Стоит отметить, что корпоративная культура помогает справиться фирме с разными кризисными явлениями и с часто меняющимися условиями внешней среды по ряду причин: [2]

1. Она помогает сохранить позитивное моральное и психологическое состояние в

коллективе;

2. Она помогает предотвратить частую смену кадров, которая может снижать продуктивность работы;
3. Это всегда труд на будущее. В зависимости от того, какие действия предпримет компания в непростых ситуациях, ее коллектив будет выбирать, насколько лояльно он будет относиться к ней.

Пандемия – это одно из таких кризисных явлений. Те фирмы, которые перестроились на новый формат работы и изменили свою привычную культуру, смогли выстоять в такие сложные условия, а некоторые даже вышли на новый уровень развития. Рассмотрим, какие меры по изменению корпоративной культуры помогли российским организациям выстоять в период пандемии и удаленного режима работы.

1. Для поддержания связи в коллективе стали использоваться новые каналы взаимодействия: чаты, группы в социальных сетях, корпоративные мессенджеры, в которых можно решать не только рабочие моменты, но и общаться на отвлеченные темы.
2. Появление новых видов взаимодействия повлекло за собой появление цифрового этикета: включенная камера при общении, своевременное отключение микрофона и использование разного рода сигналов в случае возникновения вопросов – все это стало неотъемлемой частью работы на дистанционном режиме. [4]
3. Прием на работу новых сотрудников также перешел в онлайн режим. Для этого в ряде фирм были созданы так называемые онлайн-навигаторы, с помощью которых будущие сотрудники могли больше узнать о культуре организации, ее структуре и всех процессов, быстро и легко оформить необходимые документы и получить своевременную помощь и ответы на возникшие вопросы от консультантов.
4. Традиции – это важная составляющая корпоративной культуры, поэтому сложившиеся из-за пандемии условия не могли не повлиять на их изменения. Во многих фирмах стали проводиться онлайн-митапы, где команды делились опытом реализации своих проектов друг с другом, welcome-дни, чтобы новые сотрудники погружались в культуру и процессы устраивались видеоконференции с руководителями в формате неформальных завтраков, привычные разговоры у куллера или в зоне отдыха заменились общением в специальных чатах, обычные тимбилдинги – виртуальными. Некоторые организации запустили различные сообщества: книжное, беговое и другие, а также для сплочения сотрудников проводили различные офлайн мероприятия с ограничением по численности. [4]
5. Обучение сотрудников также перешло в новый формат: для улучшения навыков своих подчиненных фирмы предоставили каждому из них бесплатный доступ к различным образовательным платформам, онлайн библиотекам, организовали дистанционные уроки иностранного языка и разного рода мастерклассы, стали проводить вебинары по актуальным темам. [1]
6. Также для измерения уровня благополучия сотрудников в некоторых фирмах внедрили регулярные пульс-опросы, а еще для обучения персонала запустили регулярные митапы и образовательные программы, где сотрудники компании делятся своими знаниями.
7. В некоторых организациях для более продуктивной работы претерпели изменения формы организации труда: использовались проектные формы работы, коллектив делился на продуктовые команды или турбокоманды.
8. Одно из главных изменений - уход от иерархических связей к настройкам горизонтального взаимодействия, а также произошла смена модели управления: в гибких формах структур важна не должность, а роль с ее компетенциями, например, топ - менеджер в проекте выступает не как руководитель, а как куратор или привлекаемый эксперт, а управляет проектом – лидер проекта. [4]

Таким образом, можно сказать, что корпоративная культура связана со многими явлениями в экономике, с которыми может столкнуться фирма в течение всего периода своего существования. Такими явлениями могут быть кризис и часто меняющиеся условия внешней среды фирмы. От степени осознанности лидеров компании и типа культуры, сложившейся в организации, будут в значительной степени зависеть возможности в преодолении кризиса и скорость адаптации к новой среде. Кризис, как это ни звучит парадоксально, это наилучшее

время для развития творческой активности и предпринимательской деятельности как предприятиям, так и каждой личности.

Пандемия, как уже было отмечено выше, явилась кризисным явлением для многих фирм, тяжелым испытанием, с которым смогли справиться только те организации, которые сумели подстроиться под сложившиеся условия, путем внесения изменений в корпоративную культуру или же полной ее реорганизации.

Список литературы:

1. 7 трендов корпоративной культуры. - [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <https://vc.ru/hr/203691-7-trendov-korporativnoy-kommunikacii-v-2021-godu> (дата обращения: 20.11.2021).
2. Влияние корпоративной культуры на качество и производительность труда работников организации. - [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <https://izron.ru/articles/razvitie-ekonomiki-i-menedzhmenta-v-sovremennom-mire-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezhdunarodn/sektsiya-19-upravlenie-i-razvitie-personala/vliyanie-korporativnoy-kultury-na-kachestvo-i-proizvoditelnost-truda-rabotnikov-organizatsii/> (дата обращения: 21.11.2021).
3. Демченко, Е. В. О сущности понятия «корпоративная культура» / Е. В. Демченко. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 13 (199). — С. 227-229. — URL: <https://moluch.ru/archive/199/48967/> (дата обращения: 25.11.2021).
4. Команды 2021: что изменилось в корпоративной культуре в нынешних реалиях. - [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <https://vc.ru/hr/272647-komandy-2021-chno-izmenilos-v-korporativnoy-kulture-v-nyneshnih-realiyah> (дата обращения: 20.11.2021).
5. Миронова Н. А. Корпоративная и организационная культура: история и понятие / Миронова Н. А. // Московский экономический журнал. — 2019. — № 7 (609). — С. 564-571.