

Корпоративная культура в компаниях с гибридными формами организации труда

Научный руководитель – Соболева Юлия Юрьевна

Пермикина Карина Дмитриевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии и менеджмента общественных процессов, Москва, Россия

E-mail: karipdmi_2000@mail.ru

Внезапное закрытие офисов компаний по всему миру в период пандемии коронавируса открыло новую эру удаленной работы для миллионов людей. Данный формат работы оказался удобным не только для сотрудников, но и для работодателей, однако привел и к ряду проблем. Именно поэтому сегодня мы наблюдаем активное развитие гибридных форматов работы, позволяющих сглаживать проблемные места как дистанционной, так и очной офисной деятельности. Новые модели организации труда создали новые вызовы для руководителей современных компаний по интеграции всего рабочего персонала вокруг основных целей, идеалов и задач организации.

Все это приводит к тому, что проблема изучения влияния гибридного формата организации труда на корпоративную культуру в компаниях является актуальной и требует научной разработки. В рамках нашей работы мы исследуем корпоративную культуру крупных московских компаний для выявления характерных элементов и представления рекомендаций, которые будут полезны для других организаций.

Понимание корпоративной культуры организации в нашей работе основывается на идеях американского ученого Э. Шейна[1]. В рамках изучения теории управления и ее элементов мы опирались на работы известных зарубежных исследователей, таких как Ч. Барнарда[2], Л. Грейсона и Р. Тэтчера[3], Г. Минцберга[4] и отечественных авторов, среди которых А.И. Пригожин[5], Е.А. Гулянская[6], Ж.Т. Тощенко[7] и др. Современную трактовку элементов и принципов построения корпоративной культуры мы найдем в прикладных работах, написанных экспертами в управлении и руководителями крупных корпораций, таких как Т.Ю. Кожевникова[8], Д. Койл[9], Г. Бехар и [10] других.

Модель гибридного рабочего места появилась как в повседневной жизни людей, так и в научной литературе несколько лет назад, поэтому данный феномен редко можно встретить в трудах социологов и менеджеров. Однако некоторые отечественные ученые уже смогли представить собственный взгляд на подобный формат организации труда. К ним можно отнести: Ю.П. Тамаоки, И.Н. Белогруда, Н.А. Стариковской и А.Р. Болбаса, и пр. Их работы мы рассмотрим в рамках нашего исследования.

Вторичные эмпирические данные получены из открытых источников аналитических центров ВЦИОМ[11], Росстат[12], НАФИ[13], Logitech, Работу.ру и SuperJob, а также из таких крупных исследований, как «Корпоративная культура» Harvard Business Review[14] и «Гибридные офисы» М. Н. Рыкиной и О. Г. Филатовой[15].

Первичная база исследования сформирована двумя этапами:

1. Глубинное интервьюирование руководителей крупных московских компаний для более детального выявления основных элементов современной корпоративной культуры организаций

2. Анкетирование сотрудников московских компаний в возрасте от 18 до 35 лет для получения информации о существующем состоянии корпоративной культуры в организациях, осуществляющих деятельность в гибридном формате.

Для достижения цели исследования нами были выделены две гипотезы. Первая звучит как «Гибридный формат организации труда выступает блокирующим фактором развития корпоративной культуры компании». Необходимость изучения данного аспекта влияния гибридной модели рабочего пространства на корпоративную культуру подтверждается мнением М. Н. Рыкиной и О. Г. Филатовой, которые считают, что «гибрид» предполагает совершенно новый подход к организации рабочего пространства – это не просто оптимизация площадей и гибридный график работы, но и создание места для вдохновения, стратегических сессий, мозговых штурмов, бизнес и неформальных встреч.

Вторую можно представить следующим образом: «Гибридный формат труда, при котором все сотрудники совмещают офисную и удаленную работу, позволяет компании поддерживать корпоративную культуру на высоком уровне». Практическая значимость проверки данной гипотезы подтверждается данными исследования портала SuperJob[16], согласно которым наиболее важными факторами среди россиян при выборе работы считаются адекватность начальства, перспективы карьерного роста, комфортная психологическая среда, эффективность системы управления и возможности обучаться за счет работодателя. При этом, по словам руководителей, опрошенных в рамках исследования НАФИ и Logitech в 2021 году, среди самих сотрудников наиболее желаемым является формат, когда они будут работать из дома 2-3 дня в неделю[17].

Корпоративная культура и гибридный формат работы являются относительно новыми феноменами в теории управления, поэтому их изучение и определение влияния друг на друга носит практическую важность для будущей работы российских компаний.

Источники и литература

- 1) Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. – СПб: Питер, 2002. – 336 с: ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента»)
- 2) Барнард Ч. Функции руководителя: власть, стимулы и ценности в организации. – М.: Социум, 2009. – 365 с.
- 3) Грейсона Л., Тэтчер Р. Управление корпоративной культурой. – СПб.: Питер, 2019. – 448 с.
- 4) Минцберг Г. Менеджмент: Природа и структура организаций. – М.: Альпина PRO, 2021. – 632 с.
- 5) Пригожин А.И. Организационная культура и ее преобразование // Общественные науки и современность, 2003. – № 5. – с.12-22
- 6) Гулянская, Е. А. Ценности индивидуализма и коллективизма в организационной культуре современной России: дис... канд. социол. наук: 22.00.06 / Гулянская Елена Андреевна. Ставрополь, 2009. – 171 с.
- 7) Тощенко Ж.Т., Новый взгляд на понятие «корпоративная культура» / Ж.Т. Тощенко, Н.Н. Могутнова // Социологические исследования, 2005. – №4. – с. 130-136
- 8) Кожевникова Т.Ю. Корпоративная культура как она есть. - М.: Бомбора, 2020. – 148 с.
- 9) Койл Д. Культурный код. Секреты чрезвычайно успешных групп и организаций. – М.: КоЛибри, 2018. – 272 с.
- 10) Бехар Г., Голдстайн Д. Дело не в кофе: Корпоративная культура Starbucks. – М.: Альпина Диджитал, 2009. – 148 с.
- 11) Всероссийский центр исследования общественного мнения URL: <https://wciom.ru/>
- 12) Федеральная служба государственной статистики URL: <https://rosstat.gov.ru/>

- 13) Аналитический центр НАФИ URL: <https://nafi.ru/>
- 14) Harvard Business Review Корпоративная культура. - М.: Альпина Диджитал, 2020. – 215 с.
- 15) Рыкина, М. Н., Филатова, О. Г. Гибридные офисы [Текст] / М. Н. Рыкина, О. Г. Филатова; под общ. ред. С. Р. Филоновича; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – 2-е изд. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2022. – 128 с.
- 16) Топ-3 приоритетных факторов при выборе работы соискателями — зарплата, адекватное начальство и стабильность компании // SuperJob [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.superjob.ru/research/articles/113593/top-3-prioritetnyh-faktorov-pri-vybore-raboty-soiskatelyami/> (дата обращения: 13.04.2023)
- 17) НАФИ и Logitech: большинство сотрудников хотят работать 2-3 дня в неделю из дома // НАФИ. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://nafi.ru/analytic/issledovanie-gibridnogo-formata-raboty-nafi-i-logitech-bolshinstvo-sotrudnikov-khotyat-rabotat-2> (дата обращения: 15.04.2023)