инфраструктуры и гарантируя включение вопросов водных ресурсов в повседневное принятие политических решений, а также в международное управление. Руководители водохозяйственных систем обязаны непрерывно развивать эти процессы и повышать степень информированности общественности о центральной роли воды в цепи развития.

Нынешний экономический кризис может рассматриваться как благоприятная возможность для того, чтобы поразмыслить о желаемом общем будущем и критически взглянуть на взаимосвязи между странами, отраслями и политическими курсами. Аналогичным образом, взгляд в будущее через призму ситуации с водными ресурсами помогает развить понимание для принятия решений, приносящих максимальную пользу людям, окружающей среде и мировой экономике.

Финансовый, продовольственный, топливный и климатический кризисы даже по отдельности представляют собой серьезные проблемы, а в сочетании их последствия могут быть катастрофическими для глобального устойчивого развития. Четвертый доклад об освоении водных ресурсов мира (World Water Development Report - WWDR4) призван открыть новый взгляд на реальное состояние водных ресурсов с учетом рисков и неопределенности. В докладе поощряются различные пути осмысления общего мирового будущего через поиск инструментов и подходов и демонстрацию возможных вариантов бесприоритетного сценария. Политические лидеры и крупные бизнесмены, руководители систем водоснабжения, потребители воды и обычные граждане имеют уникальную возможность для того, чтобы взглянуть дальше неотложных задач и рисков и реализовать долгосрочные изменения на пути ко всеобщему устойчивому процветанию через решение проблемы водных ресурсов.

1. Воронцов А. И., Николаевская Н. Г. Вопросы экологии и охраны водной среды. — М.: Инфра-М, 2011. — 98 с.
2. Данилов-Данильян В. И., Лосев К. С. Экологический вызов и устойчивое развитие. - М.: Прогресс-Традиция, 2010. – 233 с.
3. Орлов Д.С. Экология и охрана гидросферы при химическом загрязнении: Учеб. пособие / Орлов Д.С, Садовникова Л.К., Лозановская И.Н. - М.: Высшая школа, 2012. – 167 с.
4. Протасов В. Ф. Экология, здоровье и охрана водной среды в России: Учеб. и справ. пособие / В. Ф. Протасов. - М.: Финансы и статистика, 2012. – 289 с. 5) Ситаров В. А., Пустовойтов В. В. Социальная экология. - М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 236 с. Хотунцев Ю.Л. Экология и экологическая безопасность: Учеб. пособие. - М.: АCADEMA, 2012. – 233 с.
5. Водные ресурсы и водное хозяйство России в 2015 году (Статистический сборник)/ Под ред. Н.Г. Рыбальского и А.Д. Думнова. – М.: НИИ-Природа, 2016. – 268 с.

Саралинова Д.С.

Взаимосвязь внешней среды с корпоративной культурой организации

*ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-10-2019-209

ids: lj-10-2019-209

Аннотация

Исследование влияния внешней среды на функционирование организации, на её внутреннее наполнение, на формирование различных подсистем и комплекса внутриорганизационных ценностей, в том числе корпоративной культуры, является сегодня одной из приоритетных в теории и практике управления. Внешнее окружение организации диктует в определенной степени, чем заниматься и куда «идти», оказывает непосредственное воздействие практически на все внутренние компоненты

организации, и самое главное, определяет комплекс ценностей, формирующих культуру организации.

Ключевые слова: культура организации, организационная культура, корпоративная культура, внешняя среда организации

Abstract

The study of the influence of the external environment on the functioning of the organization, on its internal content, on the formation of various subsystems and a complex of intraorganizational values, including corporate culture, is today one of the priorities in management theory and practice. The external environment of the organization dictates to a certain extent what to do and where to “go”, it has a direct impact on almost all internal components of the organization, and most importantly, it defines a set of values that form the organization’s culture.

Keywords: culture of the organization, organizational culture, corporate culture, organization external environment

Корпоративная культура формируется целенаправленно и сознательно, является предметом управленческих действий. Базовым понятием выступает "культура предприятия" ("культура организации"), в рамках которого можно выделить два уровня: корпоративная культура и организационная культура.

Носителем корпоративной культуры является, как правило, руководящее ядро организации, управленческая команда. Субъектом корпоративной культуры выступает управленческая команда и в этом смысле можно говорить, что корпоративная культура выступает культурой управленческой команды, то есть управленческой культурой. Такая культура декларирует систему идеальных ценностей, норм, правил, образцов поведения, то есть идеальный образ организации, в котором заинтересована управляющая команда [2]. Все это требует критического анализа и использования передового опыта по снижению влияния факторов внешней среды и управлению процессами развития корпоративной культуры в организации.

Изменения, происходящие в нестабильной внешней среде, вызывают необходимость изучения специфики корпоративной культуры организации, определения её сущности и содержания, классификации и новых форматов управления в целях достижения высокой организационной эффективности и конкурентоспособности [3]. Новый формат управленческих отношений усложняет аспекты влияния внешней среды на состояние корпоративной культуры организаций, механизмов управления ею в условиях роста конкуренции и необходимости повышения эффективности и конкурентоспособности, а также других теоретических и методологических вопросов.

На данный момент отсутствуют систематизированные теоретические представления о возможностях управления влиянием и значением факторов внешней среды на корпоративную культуру организации и системе управления в целом. Эффективная работа в данном направлении позволяет сформировать соответствующую образу и миссии организации корпоративную культуру, что повысит уровень организационной эффективности, в целом, мотивации и личной эффективности сотрудников. В высокоподвижной среде организация или подразделение должны опираться на более разнообразную информацию, чтобы принимать эффективные решения. Чем неопределеннее внешнее окружение, тем труднее принимать эффективные решения. В условиях высокой неопределенности внешней среды организация может либо адаптироваться к условиям среды, либо оказывать встречное воздействие. Это может быть разработка стратегии конкуренции, реклама, пиар и прочая активная деятельность.

Корпоративная культура является фактором, который воздействует на характер и динамику всех организационных процессов, тем самым обуславливая характер взаимодействий. Изменения же, происходящие во внешней среде, провоцируют изменения и в корпоративной культуре. Сложность, неопределенность и непредсказуемость внешней среды вызывает необходимость применения более гибких неформальных структур, способных к быстрому выходу из «нештатных» ситуаций вследствие тесной командной работы. Все это становится площадкой для формирования новых корпоративных устоев и формирования корпоративной культуры динамичной организации, отвечающей в своем развитии требованиям времени.

В качестве определяющего фактора эффективного функционирования организации в условиях внешней среды выступает необходимость сохранения целостности самой организации и устойчивости ее к внешним и внутренним конфликтам. Это обеспечивает корпоративная культура, которая обеспечивает устойчивость корпоративной и организационной культуры, корпоративной этики, ценностных ориентаций и мотивирующих персонал факторов.

Все это в свете задач модернизации и повышения конкурентоспособности, поставленных перед современными организациями, обуславливает актуальность и необходимость дальнейшего исследования данной проблемы. На данный момент отсутствуют систематизированные теоретические представления о возможностях управления влиянием и значением факторов внешней среды на корпоративную культуру организации и системе управления в целом. Эффективная работа в данном направлении позволяет сформировать соответствующую образу и миссии организации корпоративную культуру организации, что повысит уровень мотивации и личной эффективности сотрудников, организационной эффективности в целом.

В то же время для компании важна информация о внутренней среде для выявления внутренних резервов компании, позволяющих достичь поставленных целей. Анализ внутренней среды позволяет также лучше уяснить цели и задачи организации. Важно то, что помимо достижения основной цели, организация обеспечивает своим работникам возможность трудиться, создает определенные социальные условия для их жизнедеятельности [1].

Основные составляющие внутренней среды - это менеджмент, маркетинг, финансы и персонал. Внутренняя среда, которая формирует репутацию компании во внешней среде, также находит свое отражение в корпоративной культуре организации и, по сути, определяет успех её коммерческой деятельности. С этой точки зрения особую важность приобретает кадровая работа, а именно, тщательный отбор персонала, обеспечение его квалификации, поддержание благоприятного морально-психологического климата в коллективе, формирование эффективной системы мотивации.

Система мотивации должна содержать следующие ключевые аспекты: побуждать сотрудников к совершению действий, направленных на достижение целей организации, достижение поставленных целей (в том числе долгосрочных) должно быть сбалансировано через готовность организации к риску, а процесс реагирования на новые вызовы и возможности, исходящие из внешней среды, должен быть интегрирован в процесс принятия решений и оцениваться наряду с другими показателями эффективности деятельности.

Корпоративная культура может стать главным фактором организационной эффективности организации, если она согласована с её общими целями и миссией. Именно поэтому необходимо рассматривать корпоративную культуру как мощный инструмент, позволяющий направить все отделы и всех работников на достижение общих целей, проявлять сотрудникам инициативу и обеспечить продуктивное взаимодействие.

Систематизация элементов корпоративной культуры, укрепление корпоративных ценностей фирмы и прочие подобные мероприятия, позволяют сформировать внутренний стержень компании, с одной стороны, устойчивый к многообразному влиянию агрессивной внешней среды, а с другой, способный своевременно и оперативно реагировать на её запросы и предоставляемые ею возможности. Это требует изменения подхода к работе с персоналом и непосредственно определенных организационных изменений.

Руководство организации задает тон в отношении формирования корпоративной культуры, при этом важно понимать, что речь не идет о стихийном характере происходящих в компании событий и явлений. Руководители демонстрируют определенные взгляды, правила, нормы и ценности, которые определенным, нужным им, образом способствуют выполнению задач, поставленных перед людьми и организацией. В принципе, во многих компаниях чаще формируется такая корпоративная культура, в которой воплощаются стиль и ценности их лидеров. Можно отметить лишь некоторые элементы подобной работы, которые направлены на укрепление корпоративного духа компании.

Следовательно, сильный стержень корпоративной культуры, командного духа организации станет той основой, которая позволит организации выстоять в сложных условиях изменений внешнего окружения, а также оперативно реагировать на предоставляемые внешней средой запросы и возможности.

Кроме структурной составляющей природы корпоративной культуры, необходимо отметить и ее процессуальный характер. Важным элементом, связующим остальные элементы, являются коммуникации. Именно в ходе взаимодействия и информационного обмена порождаются разделяемые представления и ценности [1].

Сегодня компании сталкиваются с беспрецедентными темпами изменений во внешней среде и необходимостью адаптироваться к этим изменениям, сохраняя и создавая конкурентные преимущества. Раннее выявление рисков и реагирование на них становится дополнительным конкурентным преимуществом для компаний в условиях растущей конкуренции.

Таким образом, управление корпоративной культурой должно носить целенаправленный характер. Это необходимо для ее поддержания, развития, изменения. Обеспечение целостности корпоративной культуры компании становится основой её стабильности и устойчивости к вызовам и влиянию факторов внешней среды. Внешняя среда во многом определяет параметры деятельности организации, причем, макроуровень оказывает влияние не меньшее, если даже не большее, чем микроуровень. Это влияние включает также формирование способности к усилению или ослаблению культуры, адаптацию людей в культуре. Следовательно, сильный стержень корпоративной культуры, командного духа организации станет той основой, которая позволит организации выстоять в сложных условиях изменений внешнего окружения, а также оперативно реагировать на предоставляемые внешней средой запросы и возможности.

1. Алябьева Е.М. Корпоративная культура как стратегический инструмент управления современной организацией / Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2016, № 3 (45). - С. 142-146.
2. Потепнева А.А. Организационная культура и ее влияние на управление персоналом в организации / Журнал: Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. - № 12, 2016. - С. 99-104.
3. Рудникова Ю.В. Методологические основания исследования корпоративной культуры деловых организаций в дискурсе интересубъектности / Журнал: Социально-гуманитарные знания. - № 7, 2016. – С. 243-250.