

Тарасова Наталья Евгеньевна

Преподаватель кафедры теории и технологий в менеджменте, кандидат
экономических наук, доцент
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Россия, г. Ростов-на-Дону
tara.econ@yandex.ru

Сенчукова Анна Валерьевна

Студент
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,
факультет управления
Россия, г. Ростов-на-Дону
asenchukovaa@gmail.com

Роль корпоративной культуры в деятельности организации

Корпоративная культура играет большую роль в деятельности организации, поэтому руководителям предприятий следует уделять особое внимание развитию корпоративной культуры. В статье приведены принципы, на которых строится корпоративная культура, основные виды мотивации коллектива и главные методы поддержания корпоративной культуры.

Ключевые слова: корпоративная культура, ценности организации, мотивация коллектива.

Natalya E. Tarasova

PhD in Economics, Associate Professor
Department of the Theory and Technologies in Management
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
tara.econ@yandex.ru

Ann V. Senchukova

Student
Southern Federal University, Management Department
Rostov-on-Don, Russia
asenchukovaa@gmail.com

The role of corporate culture in the organization

Corporate culture plays an important role in the activities of the organization, so business leaders should pay special attention to the development of corporate culture. The article presents the principles on which the corporate culture is based, the main types of motivation of the team and the main methods of maintaining corporate culture.

Keywords: corporate culture, organization values, team motivation.

В современном мире корпоративная культура является одним из главных условий для формирования позитивного имиджа организации и её успешного функционирования. Вопрос формирования корпоративной культуры актуален как для российских, так и зарубежных организаций. Для того, чтобы понять значимость корпоративной культуры необходимо разобраться в определении понятия «Корпоративная культура».

Корпоративная культура — это обстановка в коллективе, совокупность правил, традиций, ценностей и интересов[2].

Е.Г. Молл считает, что корпоративная культура — это составляющая организационной культуры. В своей книге он пишет о том, что организационная культура — это культура главной организации, а корпоративная-ей отделов[3].

Отечественный автор О.С. Виханский считает, что корпоративная культура идентична организационной культуре, так как им свойственны одинаковые правила, идеи, ценности и идеология[5].

Представленные выше понятия корпоративной культуры отличаются друг от друга, но имеют общую характеристику. Корпоративная культура-основа организации, которая включает в себя ценности и характеристики организации. Развитие корпоративной культуры — это целенаправленный процесс формирования, распространения и применение ценностей организации, создание правил для работы коллектива. Корпоративная

культура любой организации должна основываться на следующих принципах:

- Целостность развития организации (четкое понимание цели организации, направления её деятельности)
- Формирований общих ценностей, традиций и правил;
- Следование этим правилам и традициям.

Главную роль в формировании и развитии корпоративной культуры организации играет её руководитель, так как именно он создает главные правила и ценности. Руководителю необходимо уметь устанавливать контакт с коллективом, правильно распределять обязанности и делегировать полномочия, поддерживать корпоративную культуру организации, а главное быть примером для своего коллектива, достигая своих целей.

Во многом деятельность организации зависит от коллектива, так как сотрудники оказывают большое влияние на её успех. Каждый сотрудник должен чувствовать свою значимость в деятельности организации, причастность к решению важных вопросов и в конце концов гордится своим местом работы. Стоит уделять внимание формированию и поддержанию дружеской атмосферы внутри коллектива, предотвращению конфликтов и грамотному решению возникающих проблем в коллективе, наиболее эффективным методам мотивации сотрудников.

В современном корпоративном менеджменте выделяется 4 основные формы мотивации коллектива[4]:

1. Косвенная мотивация. К данному виду мотивации можно отнести удобный график работы, предоставление отпусков и выходных, социальный пакет.
2. Организационная мотивация включает в себя: делегирование полномочий, участие в важных проектах организации, расширение зоны ответственности.

3. Моральная мотивация (возможность продвижения по карьерной лестнице, статус, атмосфера внутри коллектива).

4. Материальная мотивация (бонусы и премии, льготы).

Для успешного функционирования организации необходимо применять все виды мотивации. Руководителю стоит обращать внимание на то, какая мотивация наиболее эффективно сказывается на работе коллектива. Корпоративная культура нуждается в постоянном поддержании и для этого был создан ряд мероприятий:

Кадровая политика (подбор сотрудников, управление коллективом, повышение квалификации персонала);

Создание системы поощрения (установление размеров бонусов и надбавок);

Введение системы санкций (определение величины штрафов);

Создание стиля организации (развитие фирменного стиля организации, логотипа и единого стиля коллектива);

Формирование традиций (совместное проведение праздников, организация совместных поездок).

М. Магура считает, что для поддержания корпоративной культуры важны следующие приемы[1]: действия руководителя; реакция начальства на действия сотрудников в сложных ситуациях; обучение коллектива; методы мотивации; параметры отбора сотрудников; традиции и правила организации; распространение корпоративной символики.

Как было сказано выше, коллектив оказывает значительное влияние на деятельность организации, поэтому квалификация сотрудников должна соответствовать уровню организации. Руководителю стоит уделять внимание развитию персонала. Для этого необходимо: проводить курсы и тренинги, мастер-классы, тестирования. Актуальность знаний сотрудников необходимо постоянно контролировать, так как именно коллектив является лицом организации.

Так же для успешной деятельности организации, её сотрудникам необходимо предоставлять возможность реализации своих идей и возможность участвовать в формировании целей организации. Таким образом, у работника сформируется ответственность за качество своей работы и заинтересованность в эффективной работе. Руководителю же стоит поощрять инициативы сотрудников, мотивируя коллектив на дальнейшую работу и ни в коем случае не запрещать сотрудникам делиться своими идеями, так как они могут быть ценны для усовершенствования организации.

Для того, чтобы корпоративная культура положительно влияла на деятельность организации необходимо предпринимать следующие действия:

Проведение сбора данных, которые включают в себя цели, задачи организации, отношения организации с клиентами, партнерами и конкурентами.

Анализ соответствия заявленным целям и задачам организации.

Необходимо проанализировать достигнутые цели.

Разработать программу совершенствования неэффективных составляющих корпоративной культуры.

Делая вывод можно сказать, что к вопросу создания корпоративной культуры стоит подходить ответственно. В первую очередь, культура организации должна соответствовать идеологии как руководителя, так и коллектива. Во-вторых, необходимо постоянно анализировать насколько эффективна существующая корпоративная культура и требует ли она изменений. Стоит помнить, что корпоративная культура не всегда будет действовать положительно на деятельность организации и через некоторое время необходимо ее совершенствовать. И главное, при грамотном подходе руководителя к формированию корпоративной культуры, можно добиться успеха и стать лучшей организацией на рынке.

Список источников и литературы

1. Магура М. Организационная культура как средство успешной реализации организационных изменений/ М. Магура// Управление персоналом.20002.-№1.-с.24-29
2. Макорина Л. А. Корпоративная культура организации как фактор развития организационной культуры личности // Омский научный вестник. 2011. № 6 (102). С. 164–166
3. Молл Е.Г. Организационная культура // Организационное поведение: хрестоматия. Самара: Изд. дом «Бахрах-М», 2006.
4. Мотивационный механизм корпоративной культуры- [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.hrmaximum.ru/articles/motivation/272/>
5. Тощенко Ж.Т. Новый взгляд на понятие «корпоративная культура» /. 2005. № 44

Выходные данные статьи:

СЕНЧУКОВА, Анна Валерьевна; ТАРАСОВА, Наталья Евгеньевна. Роль корпоративной культуры в деятельности организации. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], n. 2, май 2019. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/200>>. Дата доступа