

Андросова Аграфена Анатольевна
студент
ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет
им. М.К. Аммосова»
г. Якутск, Россия
agrafena14@mail.ru

**Роль корпоративной культуры в управлении персоналом и его
влияние на мотивацию персонала**

В данной статье рассматривается роль корпоративной культуры в управлении персоналом и его влияние на мотивацию персонала. Автором рассмотрены мотивы работников. Также приведен пример сильной корпоративной культуры американской авиакомпании «Delta Air Lines».

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная культура, мотивация персонала.

Androsova Agrafena Anatolievna
студент
North
North-Eastern Federal University
Yakutsk, Russia
agrafena14@mail.ru

**The role of corporate culture in personnel management and its impact
on staff motivation**

This article discusses the role of corporate culture in personnel management and its impact on staff motivation. The author considers the motives of workers. Also, an example of a strong corporate culture of the American airline "Delta Air Lines" is given.

Key words: corporate culture, organizational culture, personnel motivation.

Построить сильную корпоративную культуру нелегко, но те, кто смог, обладают большим конкурентным преимуществом. Если раньше

работодатели не обращали особого внимания на культуру, то уже сейчас все больше и больше компаний стали ценить это. Нормы, ценности, традиции, униформа, стиль общения – все это абсолютно влияет на мотивацию персонала. Но чтобы выяснить каким образом культура влияет на мотивацию, сначала нужно разобраться какие же мотивы существуют у работников. И нужно отметить, что результат работы напрямую зависит от мотивов работника.

В статье «Как корпоративная культура формирует мотивацию сотрудников» [1] авторы Линдси МакГрегор и Нил Доши определили мотивы людей, основываясь на 6 причинах, почему люди работают, ранее выявленных профессорами Эдвардом Диси и Ричардом Райан из университета Рокестер в 1980 г.

Причины, почему люди изо дня в день ходят на работу, можно разделить на 6 мотивов:

1. Игра – когда человек замотивирован самим процессом работы, он получает от этого огромное удовольствие.

2. Цель – когда личность человека полностью совпадает с результатами его деятельности. Он работает, потому что глубоко ценит важность и необходимость, что он делает и как это влияет на окружающих.

3. Возможность – когда человек работает ради дополнительных преимуществ или выгод. Работа позволяет усилить и раскрыть потенциал, реализоваться.

4. Эмоциональное давление – когда человек испытывает страх, давление со стороны сверстников, вину, стыд и работает под угрозой его личности какой-то внешней силой, чтобы не разочаровать себя или других.

5. Экономическое давление – когда человек работает ради получения зарплаты или во избежание наказания.

6. Инерция – человек не знает, почему он работает. Он приходит на работу, потому что он приходил вчера, позавчера и т.д.

Многие исследования доказали, что первые три мотива повышают производительность сотрудников, так как они напрямую связаны с трудовой деятельностью, а последние три наоборот понижают, так как человек отвлечен и будет думать о разочаровании, вознаграждении или как ему скучно, но только не о работе.

Компании, у которых сильная корпоративная культура, усиливают мотивы игры, цели и возможности, и понижают эмоциональное, экономическое давление и инерцию.

В качестве примера рассмотрим американскую авиакомпанию «Delta Air Lines» [2], которая благодаря сильной корпоративной культуре выплыла из кризиса. Джоанн Смит, исполнительный вице-президент и руководитель отдела кадров, утверждает, что ключом к успеху организации является способность организации к инновации, улучшению, максимальной производительности. И тем самым ключом является культура. Конкуренты при наличии времени и ресурсов могут скопировать у вас всё над чем вы трудились много лет: они могут переманить ваших лучших людей или украсть ваши лучшие идеи за исключением той самой уникальной культуры, которая есть только у вас.

В 1990-ые годы, когда многие авиакомпании стали понижать свои цены на перевозки, «Delta» столкнулась с серьезными финансовыми трудностями и дальнейшее существование компании зависело от снижения стоимости билетов. Как утверждает Джоанн Смит, в тот момент авиакомпания совершила огромную ошибку, пожертвовав своей культурой, чтобы снизить цены. Тем самым компания разочаровала своих лучших руководителей, сотрудников, клиентов, что в конечном итоге привело к банкротству в 2005 г.

Но благодаря этому они перерассмотрели свою корпоративную культуру уделяя внимание ценностям и убеждениям своих сотрудников. И первое, что они сделали это то, что они полгода вместе с опытными лучшими руководителями устраивали личные встречи с 45000 сотрудниками, чтобы поговорить и лично извиниться за трудные времена. Они рассказывали новую бизнес стратегию и делали корректировки, прислушиваясь к мнениям сотрудников. Например, в данной организации работники всегда поддерживали и заботились друг о друге, поэтому руководство создало сообщества по схожим признакам (женщины, люди с нетрадиционной ориентацией, латиноамериканцы и т.п.). В конце 2006 г., когда компания была под угрозой враждебного поглощения, тогда сотрудники показали свою сплоченность и преданность к компании, нося значки «Keep Delta my Delta», пытаясь сохранить независимость своей авиакомпании. В этом и сила корпоративного духа, что приводит компанию к успеху.

Ежегодные исследования «Delta Air Lines» выявили, что довольный работник → довольный клиент → довольный акционер = успех компании. «Delta» ежегодно опрашивает 8 миллионов клиентов, а также десятки тысяч сотрудников, что помогает постоянно совершенствовать их корпоративную культуру.

Из опыта «Delta Air Lines» можно выделить следующие главные принципы, благодаря которым компания развивается:

1. Создание корпоративной культуры среди сотрудников (ведь сотрудники — это центр компании, главный актив);
2. Создание бизнес стратегии с использованием сильных сторон компании и с учетом корпоративной культуры;
3. Найм людей, которые подходят культуре организации;

4. Проведение опросов среди сотрудников насчет соответствия культуры их ценностям и убеждениям с целью узнать о необходимости изменений и совершенствования культуры.

Несмотря на потерю взгляда культуры во времена кризиса, благодаря тому, что руководство восстановило и пробудило заново культуру, компания начала процветать. В современном мире изменения неизбежны, культура не должна быть препятствием этим изменениям, а наоборот быть готовой к изменениям, когда этого требует бизнес.

Список источников и литературы

1. How company culture shapes employee motivation [Электронный ресурс]. URL: <https://hbr.org/2015/11/how-company-culture-shapes-employee-motivation> (дата обращения: 02.12.18).

2. Delta Air Lines [сайт]. URL: <https://www.delta.com/> (дата обращения: 02.12.18).

References

1. How company culture shapes employee motivation. Available at: <https://hbr.org/2015/11/how-company-culture-shapes-employee-motivation> (accessed 2 December 2018).

2. Delta Air Lines. Available at: <https://www.delta.com/> (accessed 2 December 2018).

Выходные данные статьи:

АНДРОСОВА, Аграфена Анатольевна. Роль корпоративной культуры в управлении персоналом и его влияние на мотивацию персонала. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], n. 4, дек. 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/171>. Дата доступа