

**КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
CORPORATE CULTURE OF A MODERN ORGANIZATION:
PROBLEMS AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT**

Р. Р. Мухамадьяров, студент

А. В. Фетисова, старший преподаватель

Уральский государственный аграрный университет
(Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, 42)

Рецензент: Т. И. Кружкова, кандидат исторических наук, доцент

Аннотация

Актуальность темы статьи: в современном мире наличие корпоративной культуры в организации, часто бывает недооценена. Но ее наличие позволяет повышать эффективность деятельности организации, конкурентоспособность, повышает лояльность потенциальных профессиональных сотрудников, потребителей, помогает создавать имидж, престиж самой организации и производимого продукта. Заинтересованность данной проблемой основана на приобретенном понимании необходимого закономерного применения организационной культуры на современном предприятии.

Ключевые слова: корпоративная культура, деятельность предприятия, развитие корпоративной культуры, конкурентоспособность компании.

Summary

Relevance of the topic of the article: in the modern world, the presence of corporate culture in an organization is often underestimated. But its presence makes it possible to increase the efficiency of the organization's activities, competitiveness, increases the loyalty of potential professional employees, consumers, helps to create the image, the prestige of the organization itself and the product produced. The interest in this problem is based on the acquired understanding of the necessary logical application of organizational culture in a modern enterprise.

Keywords: corporate culture, enterprise activity, corporate culture development, company competitiveness.

Наблюдаются высокие темпы развития сферы услуг, влиянием тенденции изменяется рынок, следовательно, потребитель, выбирая услугу или товар задает требования к его качеству, а значит, растут требования к самому производителю, где встает вопрос о технической модернизации, наличии грамотной корпоративной культуры организации. От этого всё больше руководителей предприятий задумываются о необходимости формирования, внедрения своей организации культуры, которая задаст тренд к повышению эффективности труда, а значит и повышению качества производимого продукта и укрепления конкурентных позиций на рынке. К сожалению, часть необразованных руководителей не понимает необходимости наличия организационной культуры, ее назначения, влияния на управление персоналом организации, их мотивацию и т.д. [3]. При этом есть и положительный опыт у организаций по применению корпоративной культуры и, тем самым, упрочнению позиций на рынке, созданию благоприятного имиджа, конкурентоспособного товара/услуги, что создает повышенный интерес к данному вопросу, так как каждый управленец, в конечном счете, нацелен на получение прибыли и ее максимизацию.

Нужно сказать о том, что корпоративная культура компании - новая область знаний, где определение и следование выбранному типу определяет будущее всей организации. При этом же корпоративная культура - это и междисциплинарное направление исследований, находящееся на границе нескольких областей знания, таких как: менеджмент, организационное поведение, социология, психология, культурология, также это совокупность общепризнанных норм и типов поведения, ценностных принципов, которые устанавливают пример и идею работы сотрудников не зависимо от их разносторонних обязанностей и служебного места.

Корпоративная культура организации крайне многогранна – ее реализация, с точки зрения описанных выше сильных сторон, позволят создать саморегулируемый коллектив, который всегда будет полноценно выполнять свои функции с пониманием того, какая цель этой деятельности стоит. При этом налаживаются взаимоотношения между коллегами, подразделениями, отделами – вне зависимости от статуса и должности, коллектив становится уравновешенным. Безусловно положительным эффектом наличия организационной культуры является и то, что подобное управление персоналом открывает намного большие границы возможностей мотивирования, так как оно становится разнообразнее и не ограничивается только материальными аспектами.

Американцы Харрис Ф. и Моран Р. вывели ряд характеристик корпоративного управления, которые включают в себя мотивацию, трудовую этику, тайм-менеджмент, вербальные и невербальные коммуникации, позиционирование собственного мнения и личности в рамках профессиональной деятельности, возможность самореализации, организация и качество питания сотрудников, этикет и т.д. [2].

Особенностью корпоративной культуры является тот факт, что она способна подстраиваться под требования организации, с учетом его вида деятельности и организационно-правовой формы [1]. Благодаря ей компания расцветает, растет, увеличивается, ведь все проходящие, привлекаемые новые сотрудники привносят свое уникальное новое видение, традиции, отношение к профессиональной деятельности с учетом существующего опыта в других организациях. Но, при этом проявляется и негативная составляющая - корпоративная культура уравнивает психологические отличия между сотрудниками отдельных частей компании, что может в дальнейшем привести к снижению профессионализма работников. Новые сотрудники, проходя период адаптации в организации положительно смотрят на корпоративную культуру и следуют ей, в то время как ведущие сотрудники могут уставать от нее и воспринимать как тягость. Потому важным элементом корпоративной культуры становится отношение к новым сотрудникам, включающее в себя приобщение новичков ко всем элементам корпоративной культуры, принятым в предприятии. Адаптация к корпоративной культуре является одним из самых сложных моментов после перехода на новое место, поэтому организации создают мероприятия, нацеленные на то, чтобы период адаптации прошел легче. К таким сотрудникам прикрепляется назначенный сотрудник, вводящий его в курс дела.

Свои черты корпоративная культура проявляет и в зависимости от сферы деятельности. Например, в банковской сфере сильными сторонами корпоративной культуры присутствуют четкое расписание поведения сотрудников, точность, строгость. Формализация стиля общения: белые блузки и рубашки, темно-синие юбки и брюки является слабой стороной в данной сфере; в сфере торговли и продаж сильной стороной принимается разнообразие и особенность, различное поведение, общение, стиль общения менее формален, а слабой стороной является низкая определенность норм поведения.

В заключении хотелось бы отметить, что культура организации допускает все виды деятельности и все взаимоотношения внутри компании, объединяя коллектив, создавая имидж организации через внешний образ, престиж товара, формируя адекватные и лояльные взаимоотношения с поставщиками, партнерами, покупателями. Корпоративная культура помогает людям в компании поступать осмысленно, даже если профессиональная деятельность подразумевает риск, сотрудник пойдет на него осознанно и без страха быть наказанным. Поэтому одним из основных инструментов корпоративной культуры будет и использование, и изменение ее через изменение поведения. Но чтобы этот процесс прошёл успешно, необходимо, чтобы организация владела умеренно мощной культурой.

Надо улучшать корпоративную культуру наших компаний. Как только это станет повсеместной нормой (что демонстрируют нам предприятия Европы, Японии и др.), мы тоже сможем подкрепить ее законодательно. В свою очередь и государство может использовать, внедрять и пропагандировать корпоративную культуру давая модель «правильного поведения», заинтересовывая предприятия в эффективном управлении.

Библиографический список

1. Организационная культура: Учебник и практикум для вузов / В. Г. Смирнова и др. ; под ред. В. Г. Смирновой. М.: Юрайт, 2021. 306 с.
2. *Иванова И. А.* Менеджмент: Учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. М.: Юрайт, 2021. 305 с.
3. Управление человеческими ресурсами : учебник и практикум для вузов / О. А. Лапшова и др. ; под общ. ред. О. А. Лапшовой. М.: Юрайт, 2021. 406 с.