

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ОДИН ИЗ ДРАЙВЕРОВ РОСТА КОМПАНИИ

Морозов Дмитрий Михайлович

студент, Воронежский государственный университет инженерных технологий, РФ, г. Воронеж

Колесова Елена Юрьевна

студент, Воронежский государственный университет инженерных технологий, РФ, г. Воронеж

Корпоративная культура выступает одним из важнейших факторов, влияющих на формирование поведения персонала организации. Эффективно сложившаяся корпоративная культура способствует более успешному существованию предприятия на рынке.

В условиях роста экономического рынка и все более жесткой конкуренции между организациями одного и того же сегмента недостаточно только обеспечения качественного продукта, конкурентоспособных цен или повышения производительности, чтобы организации оставались активными на рынке и гарантировали желаемые результаты. Для этого необходимо избегать большой текучки кадров, чрезмерных расходов на поиск новых сотрудников.

Основная цель этой статьи – способствовать обсуждению эффективности корпоративной культуры, как основы для дальнейших экономических и социальных побед компании, а также для разработки стратегий управления, направленных на приверженность работника и развитие организации. Почему эта тема актуальна? И что она дает персоналу, сотрудникам и владельцам компаний? Для достижения этой цели мы стремились уточнить и обсудить, что такое корпоративная культура и как разрабатывают этот инструмент, проанализировав ее важность и роль.

Одним из факторов развития успешной компании является корпоративная культура, которая присуща компании практически с момента ее создания.

Впервые термин «корпоративная культура» использовал немецкий фельдмаршал и военный теоретик Мольтке. Он применил его к взаимоотношениям в офицерской среде.

Корпоративная культура – это стратегические цели, ценности и ценностные ориентации, организационные структуры, которые обеспечивают их единство, развитие и осуществление на практике, то есть это идеологическое пространство, которое формирует у сотрудников компании определенные поведенческие установки. Система ценностей создает корпоративную философию, способствующую мотивации персонала и формирующую лояльность коллектива. [1]

Если спросить у разных людей, что такое компания, то ответы будут отличаться. Кто-то скажет, что это производитель определенной продукции или услуг, то есть у этого человека компания будет ассоциироваться в первую очередь с имеющимися материальными активами – заводами, цехами, офисами и т. д. Кто-то скажет, что для него компания – это члены Совета директоров, высшие менеджеры, тысячи сотрудников и т. д., то есть будет воспринимать компанию, как совокупность людей, которые достигают целевые показатели. В действительности все эти представления исходят из ассоциаций, которые возникают у людей от тех или иных свойств компании, но они не отражают саму суть этой компании.

И материальные объекты, и люди, и логотипы и т. д. – это все изменчиво: производственные

цеха меняются, строятся новые заводы, одни люди уходят из компании, другие приходят, продукция компании тоже меняется, внутри компании появляются новые виды бизнеса и т.д.

На самом деле самый главный идентифицирующий признак компании, который отличает ее от других компаний отрасли – это ее корпоративная культура. Компания – это в первую очередь ее корпоративная культура и люди, которые являются ее носителями. Как бы ни масштабировалась компания, и как бы ни менялись ее руководители, корпоративная культура — это та система смыслов, которая отражает суть компании, ее цели, систему ценностей и идеалов и задает модель деятельности работников, в связи с чем тема работы является актуальной.

На стадии своего зарождения культура организации способна определить ее будущее: структуру, коммерческую деятельность, развитие, систему мотивации. Смысл корпоративной культуры состоит в совпадении убеждений сотрудников и «правил игры». Её цель – управление человеческими ресурсами, которые являются главной ценностью любой организации. В эпоху интенсивной рыночной деятельности и жесткой конкуренции уже недостаточно управлять поведением людей, важно понимать настроение и мнение общества и уметь вовремя реагировать.

Корпоративная культура выполняет ряд важных для компании функций, мы выделим 5 основных (рис.1) [4].

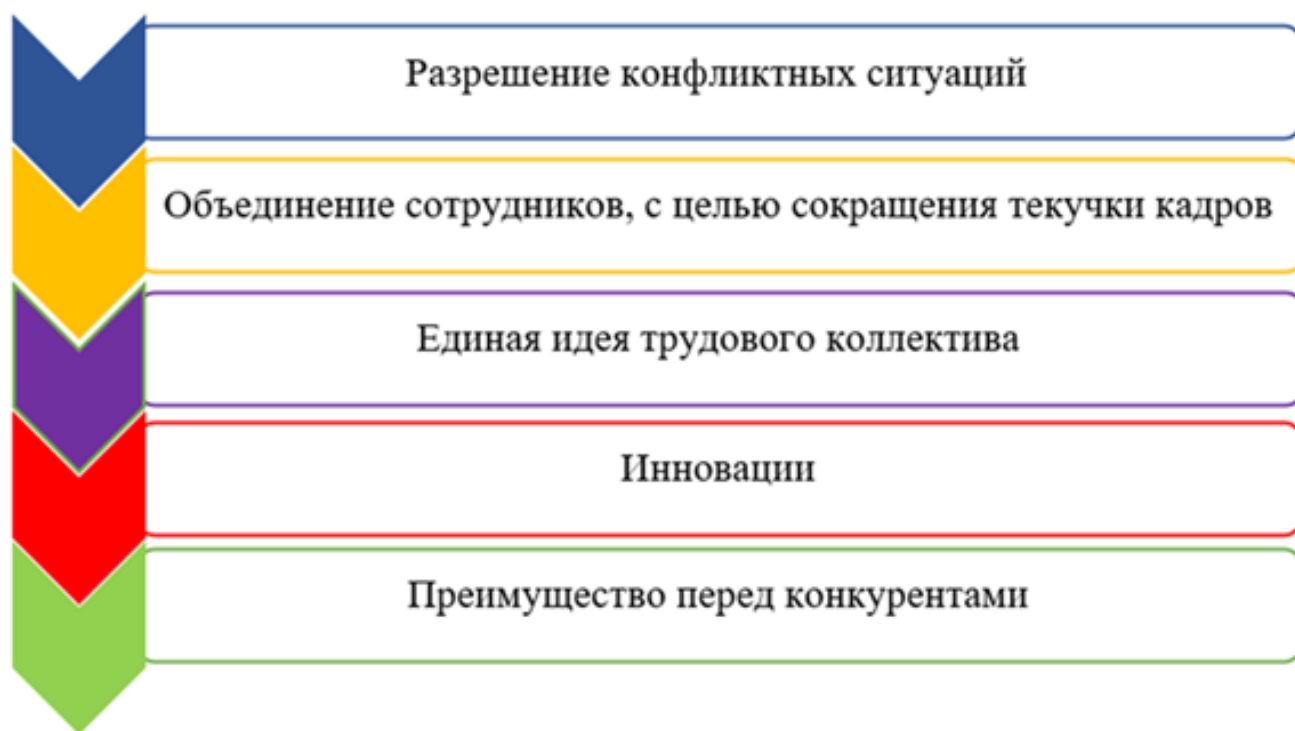


Рисунок 1. Функции корпоративной культуры

- 1) предупреждение и быстрое разрешение конфликтных ситуаций. Все конфликты внутри коллектива должны быть классифицированы и проанализированы руководителем;
- 2) объединение личных целей сотрудников и корпоративных целей компании, что сокращает текучку кадров;
- 3) трудовой коллектив превращается в проводника идей, культуры, идеологии компании для внешней аудитории. Компания становится интересной для деловых партнеров, акционеров и

потребителей продукции;

4) стимулирует инновации и управление изменениями;

5) формирует конкурентные преимущества компании на рынке.

Но наличие корпоративной культуры компании важно не только для нее, но и для людей, которые работают в этой компании. Сильная корпоративная культура привлекает и мотивирует работников, позволяет раскрывать и эффективнее использовать их потенциал. Приобретая опыт работы в компании, сотрудники формируют свое отношение к компании в целом и к собственной работе в частности, складывается отношение к результатам, как своей деятельности, так и к результатам деятельности компании. Корпоративная культура объясняет, почему мы работаем именно так, а не иначе.[2].

В заключении, корпоративная культура способствует приверженности сотрудника работе, поскольку она позволяет понять их условия. Корпоративная культура имеет важное значение для определения стратегических действий по управлению персоналом в рабочих организациях, что позволяет планировать программы вмешательства, направленные на повышение, сохранение и восстановление качества жизни на работе, способствуя изменениям в направлении развития, как на индивидуальном уровне, так и на организационном уровне. Создавать такие условия, чтобы было легко привлекать и удерживать талантливых сотрудников, эффективных менеджеров, которые и будут обеспечивать экономический рост и благополучие компании.

Список литературы:

1. Бурцева Т.А. Формирование и развитие корпоративного имиджа предприятия: монография / Т.А. Бурцева. – Киров : ВятГСХА, 2017. – 153 с.
2. Васильева Л.В. Основы деловой этики и корпоративной культуры: учебное пособие / Л.В. Васильева.- Тюмень: ТюмГНГУ, 2012. - 162 с.
3. Макеев В.А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации : монография / В.А. Макеев. – М. : Ленанд, Едиториал УРСС, 2016. – 248 с.
4. Официальный сайт компании «ЭФКО» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.efko.ru/> (09.02.2022).
5. Официальный сайт компании «Google» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://about.google/> (09.02.2022).