

Бакурадзе Д.А.

Студент магистратуры

2 курс, «Институт магистратуры»

Санкт-петербургский государственный

экономический университет

Россия, г. Санкт-Петербург

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

***Аннотация:** Статья посвящена актуальной теме сущности и формирования корпоративной культуры современного предприятия. В работе теоретически обоснована значимость корпоративной культуры для предприятий. В рамках статьи дано определение понятию «корпоративная культура», определены ее основные элементы и типы. Особое внимание уделено теоретическим аспектам диагностики и формирования корпоративной культуры современных предприятий.*

***Ключевые слова:** предприятие, корпоративная культура, элементы корпоративной культуры, формирование корпоративной культуры, инструменты формирования корпоративной культуры.*

***Annotation:** The article is devoted to the actual topic of the essence and formation of the corporate culture of a modern enterprise. The work theoretically substantiates the importance of corporate culture for enterprises. Within the framework of the article, the definition of the concept of "corporate culture" is given, its main elements are determined. Particular attention is paid to the theoretical aspects of the formation of the corporate culture of modern enterprises.*

***Key words:** enterprise, corporate culture, elements of corporate culture, the formation of corporate culture, tools for the formation of corporate culture.*

Актуальность темы обусловлена тем, что в большинстве российских организаций, низкая эффективность деятельности обусловлена, помимо прочих причин, именно отсутствием грамотно сформированной корпоративной культуры. Новые рыночные условия хозяйствования приводят к необходимости трансформации устаревшей управленческой системы, изменений в целях и способах развития культуры, в частности, формирования ключевых ценностей отдельных организаций, нацеленных на удовлетворение потребностей покупателей и упрочнение своей рыночной позиции.

В условиях рынка корпоративная культура выступает мощным конкурентным преимуществом предприятия, повышая эффективность функционирования во внешней среде, как правило, за счет увеличения организационной эффективности, что делает исследование уровня развития и совершенствование корпоративной культуры в современных предприятиях актуальным.

Цель работы - охарактеризовать сущность и особенности формирования корпоративной культуры современных предприятий.

В отечественной практике внимание к феномену корпоративной культуры было привлечено в конце 1990-х годов с апелляцией к зарубежному опыту. На тот момент подавляющее большинство публикаций, посвященных организационной культуре, носили описательный характер опыта зарубежных компаний и демонстрировали попытки применения феномена в российских условиях с преобладанием формы над содержанием [5, с. 507].

По мнению С.В. Василенко, корпоративная культура представляет собой систему материальных и духовных ценностей, находящихся во взаимодействии [3, с. 8]. Данная система присутствует практически в каждой организации, отражая ее индивидуальность, определяя восприятие себя и других в вещественной и социальной среде. Проявляется корпоративная культура в поведении, восприятии окружающей среды и себя, взаимодействии и т.д.

Наиболее типичным для периода развития менеджмента в современной России определением корпоративной культуры было следующее, отмеченное Л.И. Дорофеевой, – набор наиболее важных предположений, приписываемых членам организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих ориентиры их действий и поведения. Ценностные ориентации передаются членам организации через символические средства материального и духовного окружения организации [7, с. 19]. Подобное «ядро» определения феномена отражает многозначность и расплывчатость корпоративной культуры, однако подобными позициями вполне можно охарактеризовать и административную, и деловую культуру. Таким образом, определение не приближает к раскрытию специфики проявлениями особенностей функционирования данной формы культуры [1, с. 17]. Результатом становится тот факт, что статус, природа, процесс формирования, интегративно-процессуальный характер корпоративной культуры остаются невыясненными или недостаточно выясненными.

В рамках организационного поведения организационную культуру можно определить в виде системы ценностей и методов решения проблем, ведущих организацию к успеху [4, с. 36]. Данные методы решения и система ценностей формируют у сотрудников организации осознание принадлежности к определенной культуре. Каждая развивающаяся успешная организация стремится формировать свою собственную организационную культуру.

Итак, корпоративная культура может быть определена следующим образом – набор базовых ценностей, негласных норм и соглашений, убеждений, разделяемых всеми членами организации. Это своеобразная система общих предположений и ценностей о том, что и как делается в фирме, познающаяся по мере столкновения с внутренними и внешними проблемами.

Основные элементы корпоративной культуры соотносятся между собой по принципу дополнительности, как гибкой формы взаимодействия в рамках единой целостности (рисунок 1). Данные элементы создают

корпоративистский контекст функционирования организации и способствуют получению потенциала корпоративной культуры.

Декларация организационной миссии
Организационная философия
Организационный дух
Стиль лидерства и руководства
Организационное управление
Организационная этика
Управление человеческими ресурсами
Организационные имидж и репутация
Культура качества

Рисунок 1. Элементы корпоративной культуры

составлено по [8, с. 65]

Существуют традиционно европейский и американский подходы к типологизации. Европейский подход предполагает использование модели межличностных отношений (типологизация Харрисона, Ч. Хэнди, Ян Хармса): культура власти; культура роли; культура задачи; культура личности [3, с. 26].

Очень интересной и полноценной является классификация, включающая четыре типа культур, часто используемых для диагностики корпоративной культуры (Р. Куинна и К. Камерона): клановая культура; адхократическая культура; иерархическая культура; рыночная культура [9, с. 39].

Американский подход к типологизации культуры (по Дж. Зоненфельду): академия; клуб; бейсбольная команда; крепость [2, с. 43]. Также довольно интересно разделение культуры на позитивную и негативную [5, с. 508].

Следует отметить, что в чистом виде практически ни один тип корпоративной культуры не встречается. Организации, в подавляющем большинстве, несут в себе черты нескольких типов одновременно.

Для формирования/корректировки корпоративной культуры руководству компании надо четко понимать, что она представляет из себя на сегодняшний момент и как ее нужно изменить, чтобы добиться поставленных целей. Корпоративная культура складывается из культурных субстанций, привнесенных разными людьми из других коллективов. Поэтому любой компании нужно уметь диагностировать собственную культуру.

Специалистами применяются многочисленные формализованные (количественные) и неформализованные (качественные) методы оценки корпоративной культуры. Среди них наиболее популярными считаются: глубинное интервью; изучение ритуалов и традиций организационной культуры; наблюдение (монографическое исследование); изучение сложившейся в организации практики управления; анализ документов; наблюдения взаимодействия сотрудников на общих собраниях, заседаниях и так далее; социологические исследования (анкетирование, социометрия, тесты, ролевые игры); моделирование (по Хэнди, Ладанову и т.д.) [2, с. 44].

Для диагностики корпоративной культуры можно следовать алгоритму:

1. Проведение интервью с ключевыми сотрудниками организации для выявления стадии развития бизнеса и его дальнейшей стратегии на выбранный период времени, изучения особенностей кадровой и социальной политики, условий и содержания труда и т.д.

2. Анализ имеющихся в компании регламентов и стандартов: Положение об оценке, развитии персонала, Правила внутреннего трудового распорядка, Положение об оплате труда, а также документации, закрепляющей организационные стандарты, нормы поведения в компании.

3. Анализ организационной структуры, основных бизнес-процессов, изучение стиля управления и принятия решений руководством, особенностей межфункционального взаимодействия.

4. Диагностика ценностей, культивируемых в организации.

5. Определение типа корпоративной культуры.

6. Определение стадии жизненного цикла компании и связанных с ней особенностей корпоративной культуры.

7. Изучение системы отбора и адаптации новых сотрудников, управления знаниями в компании, обучения и развития персонала, карьерного продвижения на основе кадровой документации.

8. Оценка удовлетворенности персонала, текучести кадров, исследование ценностных ориентаций сотрудников.

9. Изучение организационного сайта компании, средств информации, системы внутрифирменных коммуникаций в целом, а также существующих организационных мероприятий [10, с. 9].

Управлять корпоративной культурой - значит формировать ее, поддерживать и при необходимости изменять [1, с. 18].

Управление корпоративной культурой – это сознательное и намеренное совершенствование какого-либо действия в ней [6, с. 45].

Отметим следующие методологические направления управления корпоративной культурой (рисунок 2).

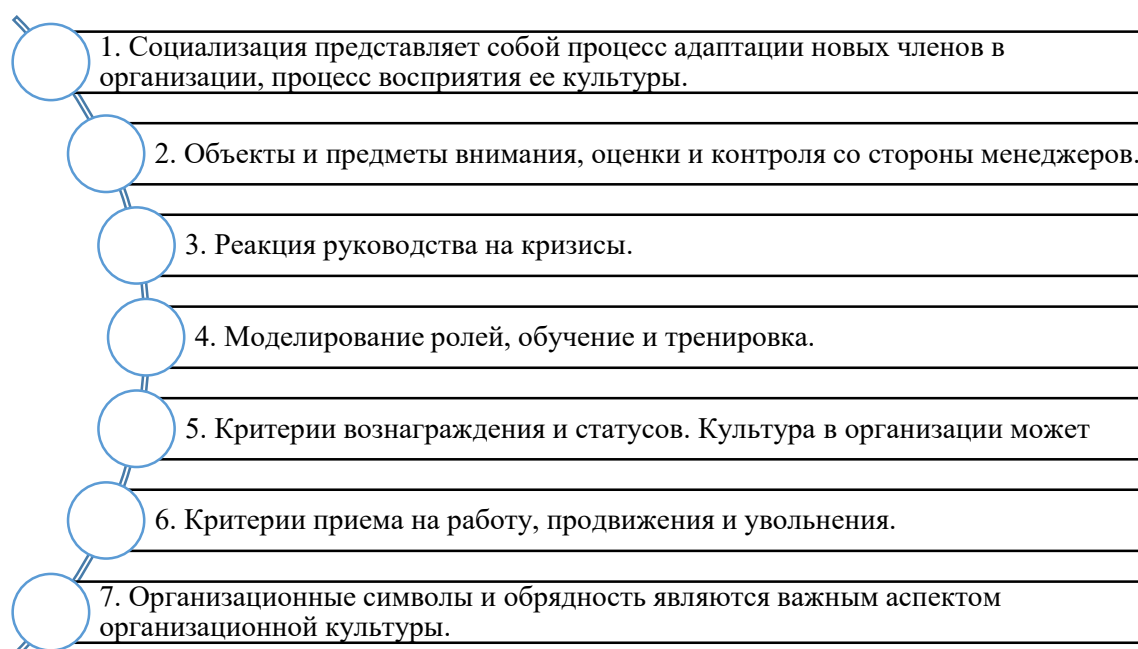


Рисунок 2. Методологические направления управления корпоративной культурой современного предприятия

составлено по [4, с. 39]

В целом, управление применительно к корпоративной культуре подразумевает формирование, поддержку культуры, а также изменения и корректировка по необходимости. Изменения проводятся вместе с изменениями организационной структуры или рабочего процесса, которые считаются необходимыми для достижения целей организации.

Таким образом, корпоративная культура может быть определена следующим образом – набор базовых ценностей, негласных норм и соглашений, убеждений, разделяемых всеми членами организации. Это своеобразная система общих предположений и ценностей о том, что и как делается в фирме, познающаяся по мере столкновения с внутренними и внешними проблемами.

Основными составляющими корпоративной культуры являются: декларация организационной миссии, организационная философия, организационный дух, управление, стиль руководства и лидерства, организационная этика, управление человеческими ресурсами, имидж и репутация, культура качества.

В процессе эффективного формирования корпоративная культура должна стимулировать сотрудников к повышению квалификации, развивать внутриорганизационное обучение персонала, может способствовать решению управленческих задач, закрепление наиболее квалифицированных сотрудников, обеспечение их ротации, лояльного отношения к организации, устранение причин конфликтных ситуаций. Поскольку персонал и его мотивация, корпоративная культура являются внутренними факторами развития конкурентоспособности, то мероприятия в рамках корпоративной культуры окажут влияние на рост конкурентоспособности предприятия и его финансовых результатов.

Использованные источники:

1. Аннаев, В. Корпоративная культура как социально-экономическая

категория / В. Аннаев // Экономическая среда. - 2020. - №2. - С. 17-21.

2. Богатырева, М.Р. Методика формирования и поддержания корпоративной культуры / М.Р. Богатырева // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2020. - №1-1. - С. 43-45.

3. Василенко, С.В. Организационная культура как инструмент эффективного управления персоналом / С.В. Василенко. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 120 с.

4. Волченко, А.А. Роль и развитие корпоративной культуры в организации / А.А. Волченко // Via Scientiarum - дорога знаний. - 2021. - №1. - С. 36-41.

5. Габдулина, Э.Р. Основы корпоративной культуры современной организации / Э.Р. Габдулина // Актуальные вопросы современной экономики. - 2020. - №6. - С. 507-513.

6. Гарвард, Б.Р. Организационная культура и управление изменениями / Б.Р. Гарвард. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2017. – 247 с.

7. Дорофеева, Л.И. Организационная культура. Учебное пособие и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л.И. Дорофеева. - Саратов: СГУ имени Н.Г. Чернышевского, 2018. - 89 с.

8. Душарина, Е.Ю. Основные элементы корпоративной культуры / Е.Ю. Душарина // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2020. - №3-1. - С. 64-67.

9. Камерон, К. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. Н.В. Андреевой. – СПб.: Нева, 2017. – 145с.

10. Романова, О.С. Методологические аспекты исследования организационной (корпоративной) культуры / О.С. Романова // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: экономика. - 2020. - №3. - С. 7-17.