

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

***Аннотация:** в данной статье представлен примерный план мероприятий по формированию корпоративной культуры в той или иной компании. Также описаны основные цели, которые могут быть достигнуты после внедрения перечисленных мероприятий, в том числе индивидуальность организации, подтверждающей ее надежность и качество услуги.*

***Ключевые слова:** имидж, фирменный стиль, кадровая документация, корпоративная культура, результативность, информационная доска, логотип.*

***Abstract:** this article presents an approximate plan of measures for the formation of corporate culture in a particular company. It also describes the main goals that can be achieved after the implementation of these measures, including the individuality of the organization, confirming its reliability and quality of service.*

***Keywords:** image, corporate identity, personnel documentation, corporate culture, performance, information board, logo.*

Наблюдаемая в последние десятилетия информатизация экономики и общества, стимулируемая процессом глобализации экономических отношений и общественной жизни, обуславливает стремление корпоративных систем к развитию конкурентных преимуществ путем восприятия передовых

управленческих технологий. К одному из этих достижений относится формирование корпоративной культуры.

Примерный план мероприятий по формированию корпоративной культуры представлен далее:

1. Разработать систему кадровой документации.

Цель: регламентация и контроль функций и процесса работы; систематизация и учет дел; понимание и закрепление системы ценностей организации; развитие единства действий. Вся деловая активность организации должна вестись в соответствии с законодательством и внутренними корпоративными политиками, сотрудники должны следовать правилам ведения бизнеса: правилами внутреннего трудового распорядка; должностными инструкциями с определением функциональных обязанностей и нормированием труда; личными делами сотрудников; инструкциями по охране труда и пожарной безопасности; журналами инструктажа по охране труда и пожарной безопасности [1, с. 20].

Персонал получает важную информацию о деятельности организации, порядке и условиях работы: услуге; структуре управления; условиях работы, основных процедурах, существующих в организации; корпоративной культуре; системе мотивации и стимулирования; возможностях роста заработной платы, повышения квалификации, должностного роста. Руководитель знакомит сотрудников со своими обязанностями и теми требованиями, которые предъявляет организация к данной должности. Кроме этого, решаются задачи создания организационного уклада, распределения ответственности, укрепления трудовой дисциплины и правовой обеспеченности элементного состава корпоративной культуры, посредством соответствия располагаемых внутренних правовых актов организации требуемым.

2. Творческая работа сотрудников как форма проблемной диагностики и обучения. Цель: получить обратную связь о восприятии корпоративной

культуры работниками организации; укрепить дух сплоченной команды, объединенной общей идеей; способствовать участию каждого в развитии уровня культуры организации.

3. Руководство результативностью деятельности работников. Цель: совершенствование профессиональной подготовки работников, повышение квалификационного уровня, планирование возможностей профессионального и карьерного роста; формирование связи результатов труда и его оплаты, лояльности сотрудников, удовлетворенности трудом и уверенности в целесообразности работы в организации, вовлеченности в общее дело.

Руководителю целесообразно дополнить систему оценки персонала измерением его результативности. Оценка деятельности позволяет произвести расчет уровня выполнения ключевых показателей эффективности. Для оценки эффективности деятельности руководителю важно применять индивидуальные показатели, которые связаны с конкретными задачами, поставленными перед сотрудниками.

4. Оформление информационной доски для персонала. Цель: расширение форм коммуникативных мероприятий и информационного обеспечения в организации; систематический обмен информацией, оптимальность и оперативность информирования сотрудников; поддержание организационных ценностей. На корпоративном стенде можно распространить информацию в виде: миссии, слогана, ценностей, Кодекса этики и корпоративного поведения сотрудников, поздравлений с общероссийскими и корпоративными праздниками, приказов и распоряжений руководителя, расписания занятий, а также текущих информационных материалов и объявлений.

5. Оформление интерьера творческими работами сотрудников студии; сертификатами об их участии в семинарах, школах, тренингах; дипломами об обучении и повышении квалификации; фотографиями, гравюрами и сувенирами из путешествий. Цель: дополнение корпоративного стиля и

неповторимости дизайна помещения; повышение уровня психологического климата и сотрудничества в коллективе; объективная оценка достижений работника и ощущение им ценности выполняемой работы; идентификация сотрудников с организацией, принятие ее целей и ценностей как собственных; формирование представлений клиентов о качестве услуги; создание позитивной психологической обстановки обслуживания.

6. Разработка и регистрация логотипа организации. Цель: формирование корпоративного имиджа организации посредством внедрения и закрепления фирменного стиля. Имидж организации, как целенаправленно формируемый образ, направлен на создание эмоционально-психологического впечатления у потребителей об организации и услуге. Цель имиджа состоит в оказании воздействия на поведение людей и принятия решения о сотрудничестве. Имидж выступает средством коммуникации между организацией и потребителем. Следовательно, процесс формирования имиджа требует управления, поскольку позитивная известность выступает как один из методов достижения стратегических целей организации.

Одним из составляющих имиджа является фирменный стиль, определяющий индивидуальность организации, подтверждающий ее надежность и качество услуги. Совокупность элементов фирменного стиля обеспечивает единство деятельности и рекламных мероприятий организации; улучшает узнаваемость и обеспечивает конкурентное преимущество [2, с. 25].

Таким образом, совокупность художественно-текстовых и технических составляющих фирменного стиля обеспечит зрительное и смысловое целостное восприятие услуги и деятельности организации, информации, внутреннего и внешнего оформления. Фирменный стиль содержит в себе две составляющие: внешний образ и характер поведения на рынке. Внешний образ создается единым корпоративным оформлением логотипа, деловой документации, фирменного блока, фирменной цветовой гаммы, фирменной вывески, рекламных объявлений, дизайна офиса. Характер поведения

организации определяется взаимоотношениями с партнерами, клиентами, конкурентами, отличается особым стилем и формируется корпоративной культурой.

Формирование корпоративной культуры является важнейшей составляющей создания репутации организации малого бизнеса. Рекомендуемые мероприятия способствуют, как развитию системы внешних и внутренних коммуникаций: позитивному имиджу среди клиентов, однозначности понимания информации сотрудниками, так и повышению уровня мотивации, социально-психологического климата в коллективе и лояльности сотрудников, что может положительно проявляться в экономической и социальной эффективности развития культуры организации.

Использованные источники:

1. Белкин, В.Н. Влияние корпоративной культуры на инновационную активность персонала предприятий [Текст] / В.Н. Белкин, Н.А. Белкина, О.А. Антонова, Н.А. Лузин // Челябинский гуманитарий. – 2015. – № 4 (33). С. 19-32.

2. Егорова, А.С. Вовлеченность персонала: 7 шагов к пониманию [Текст] / А.С. Егорова // Интернет-журнал «Науковедение». – 2016. – Т.8, №2. – С. 24–48.