

ЗНАЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Корпоративная культура оказывает активное воздействие на работников организации, моделирует их поведение в соответствии с теми нормами и ценностями, которые составляют ее основу. Поскольку корпоративная культура играет важную роль в деятельности организации, то она должна являться предметом пристального внимания со стороны руководителей.

Современные руководители должны рассматривать культуру своей организации как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения и отдельных работников на общие цели, мобилизовать их инициативу, улучшать микроклимат в коллективе.

Вместе с тем, у руководителей организаций часто отсутствуют знания и навыки по целенаправленному изменению корпоративной культуры. Вопросы, рассматриваемые в статье, являются весьма актуальными.

Corporate culture has an active impact on the employees of the organization, modifies their behavior in accordance with the norms and values that make up its basis. Since corporate culture plays an important role in the organization's activities, it should be the subject of close attention on the part of managers.

Modern managers should consider the culture of their organization as a powerful strategic tool that allows all departments and individual employees to focus on common goals, to mobilize their initiative, to improve the microclimate in the team.

At the same time, managers of organizations often lack knowledge and skills to purposefully change the corporate culture. The issues discussed in the article are very relevant.

Ключевые слова: корпоративная культура; качество управления; признаки сильной организационной культуры; цели и политики в области качества управления.

Key words: corporate culture; quality of management; signs of a strong organizational culture; goals and policies in the field of quality management.

Рассматривая категорию «качество», необходимо отметить, что вообще она представляет собой совокупность свойств, удовлетворяющих определенную потребность. Под качеством управления понимается соответствие фактических итогов управления целям организации, т. е. потребностям организации, выраженным через формирование целей.

Целью организации выступает объективно присущее стремление к выживанию в любой окружающей ее среде.

Качество управления организацией можно оценить по следующим параметрам [1]:

- скорость принятия важных управленческих решений;
- обоснованность принятия решений;
- возможность делегирования полномочий;
- контроль над выполнением решения;
- качество планирования деятельности и др.

Основные цели управления качеством: повышение уровня качества, обеспечение безопасности продукции; совершенствование процесса производства с целью достижения наивысших экономических результатов; создание положительного имиджа на рынке; получение превосходства над конкурентами; привлечение инвестиций; выход на новые рынки и др.

Термин «корпоративная культура» охватывает большую часть явлений духовной и материальной жизни коллектива: доминирующие в нем материальные ценности и моральные нормы,

принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, манеру персонала одеваться и установленные стандарты качества выпускаемого продукта. Корпоративная культура – это философские и идеологические представления, ценности, убеждения, верования, ожидания и нормы, которые связывают организацию в единое целое и разделяются ее членами.

В экономической литературе выделяют следующие компоненты корпоративной культуры:

1. Мироззрение – представление об окружающем мире, природе человека и общества, направляющее поведение работников организации и определяющее характер их отношений. Значительные различия в мироззрении работников серьезно затрудняют их сотрудничество.

2. Организационные ценности, т. е. предметы и явления организационной жизни, существенно важные, значимые для духовной жизни работников. Ценности выступают связующим звеном между культурой организации и духовным миром личности, между организационным и индивидуальным бытием.

3. Стили поведения, характеризующие работников конкретной организации. Сюда также относятся специфические ритуалы и церемонии, язык, используемый при общении, а также символы, которые обладают особым смыслом именно для работников данной организации.

4. Нормы – совокупность формальных и неформальных требований, предъявляемых организацией по отношению к своим работникам. Они могут быть универсальными и частными, императивными и ориентировочными и направлены на сохранение и развитие структуры и функций организации. К нормам относятся так называемые правила игры, которые новый сотрудник должен освоить, чтобы стать членом организации.

5. Психологический климат в организации, с которым сталкивается человек при взаимодействии с ее сотрудниками. Психологический климат представляет собой преобладающую и относительно устойчивую духовную атмосферу, определяющую отношения членов коллектива друг к другу к труду.

Содержание корпоративной культуры не является чем-то надуманным или случайным, а вырабатывается в ходе практической деятельности, связей, взаимодействий и отношений, как ответ на запросы, ставящиеся перед организацией внешней и внутренней средой [2, с. 67].

Признаки сильной (высокой) корпоративной культуры представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Признаки сильной (высокой) корпоративной культуры

Примечание – Источник: [1].

Слабая корпоративная культура связана с регламентацией, большим количеством инструкций. В такой культуре отсутствуют ясные представления о ценностях, убеждения относительно того, как достичь успеха, долгосрочные цели.

Таким образом, сильная культура имеет более глубокие корни в сознании людей, она разделяется большинством работников и в ней более четко определены приоритеты. Соответственно, такая культура имеет более глубокое влияние на работников организации. Сила организационной культуры определяется следующими факторами: степенью принятия членами организации основных ее ценностей и степенью их преданности этим ценностям.

Выделим основные методы поддержки корпоративной культуры:

1. Декларируемые менеджментом лозунги, включающие миссию, цели, правила и принципы организации, определяющие ее отношение к своим работникам и обществу.

2. Ролевое моделирование, выражающееся в ежедневном поведении менеджеров, их отношении и общении с подчиненными. Лично демонстрируя подчиненным поведенческие нормы и концентрируя их внимание на этом поведении, менеджер помогает формировать определенные аспекты культуры.

3. Внешние символы, включающие систему, критерии, лежащие в основе кадровых решений. Культура в организации может проявляться через систему наград и привилегий.

4. Истории, легенды, мифы и обряды, связанные с возникновением организации, ее основателями или выдающимися членами. К обрядам относятся стандартные и повторяющиеся мероприятия коллектива, проводимые в установленное время и по специальному поводу для оказания влияния на поведение и понимание работниками организационного окружения.

5. Объекты (задачи, функции, показатели и т. д.) являющиеся предметом постоянного внимания менеджмента. То, на что руководитель обращает внимание и что он комментирует, очень важно для формирования корпоративной культуры.

6. Поведение высшего руководства в кризисных ситуациях. Глубина и размах кризиса могут потребовать от организации либо усиления существующей культуры, либо введения новых ценностей и норм, меняющих ее в определенной мере.

7. Кадровая политика организации. Кадровая политика, включающая принятие на работу, продвижение и увольнение работников является одним из основных способов поддержания культуры в организации.

При формировании кадровой политики в организации следует основываться на принципах, определенных в работах многих отечественных и зарубежных авторов. Так, М. Х. Мескон отмечал, «что высокое качество трудовой жизни должно характеризоваться следующим:

1. Работа должна быть интересной.
2. Рабочие должны получать справедливое вознаграждение и признание своего труда.
3. Рабочая среда должна быть чистой, с низким уровнем шума и хорошей освещенностью.

4. Надзор со стороны руководства должен быть минимальным, но осуществляться всегда, когда в нем возникает необходимость.

5. Рабочие должны принимать участие в принятии решений, затрагивающих их работу.

6. Должны быть обеспечены гарантия работы и развитие дружеских взаимоотношений с коллегами.

7. Должны быть обеспечены средства бытового и медицинского обслуживания» [3, с. 584].

Учет данных принципов при разработке кадровой политики позволит сформировать трудовой коллектив, характеризующийся общностью целей, сотрудничеством и взаимопомощью, общей заинтересованностью в результатах работы коллектива и организации, взаимной требовательностью и ответственностью за каждого работника.

Эффективная кадровая политика позволит повысить деловую активность работников, качество их работы, увязать результаты деятельности со стратегическими целями организации.

Формирование трудовых отношений в организации должно составлять единое целое с общей стратегией, организационной структурой и корпоративной культурой (рисунок 2).

Данные тенденции требуют иного подхода к управлению персоналом на основе активизации человеческого фактора, формирования и использования интеллектуального потенциала человека. Отличительной чертой управления персоналом в современных условиях является интеграция всех аспектов работы с человеческими ресурсами, всех стадий их жизненного цикла с момента подбора до пенсионного вознаграждения.



Рисунок 2 – Взаимосвязь элементов хозяйственной деятельности в организации

Примечание – Источник: собственная разработка.

Рассмотрим пример формирования и развития корпоративной культуры в учреждении образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации».

В учреждении образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» с 2013 г. действует Кодекс корпоративной культуры, где установлены правила и нормы поведения работников и обучающихся [4].

Кодекс включает 12 разделов:

- общие положения;
- корпоративная культура в университете;
- основные корпоративные ценности и принципы;
- правила корпоративной этики;
- служебный этикет;
- принципы решения конфликтных ситуаций и спорных вопросов;
- фирменный стиль университета;
- корпоративные мероприятия;
- корпоративные коммуникации;
- взаимоотношения с партнерами и конкурентами;
- ответственность за нарушение норм кодекса корпоративной культуры.

Корпоративная культура отражает уникальность, создает образ университета и его организационную структуру, развивает правила коммуникации, выбора и принятия решений, определяет его место в окружающем мире, формирует Миссию, стратегические принципы и приоритеты.

Миссия университета: раскрывая творческий потенциал личности, соответствуя перспективным потребностям общества и государства, основываясь на философии кооперативных ценностей, мы обеспечиваем высокое качество образовательной и научно-инновационной деятельности, помогаем поддерживать профессиональные компетенции и конкурентоспособность на протяжении жизни.

Девиз университета:

Будь
Творцом
Экономики
Успеха.

Основные принципы: уважение к человеку, профессионализм, постоянное развитие и обучение, сотрудничество, эффективность, инновационность, преемственность, забота о ветеранах, забота о человеке, мотивация труда.

Советом по качеству учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» ежегодно утверждаются цели в области качества и определяются [5]:

- направления Политики в области качества;
- цели в области качества (название цели, единица измерения);
- планируемое значение;
- ответственные исполнители.

Направления Политики в области качества заключаются в обеспечении:

- высокого качества подготовки специалистов, определяемого их профессиональными знаниями, навыками и умениями;
- удовлетворенности потребителей образовательных услуг высшего профессионального экономического образования, сотрудников университета, государства;
- охраны жизни и здоровья сотрудников и обучающихся; минимизации рисков и предотвращения угрозы возникновения производственного травматизма и профессиональных заболеваний работников.

Постоянное улучшение образовательной деятельности обеспечивается путем:

- использования инновационных методов в образовательном процессе;
- расширения научных исследований по приоритетным направлениям науки и практики и внедрения полученных результатов.

Особое внимание также уделяется развитию социального партнерства, корпоративной культуры, совершенствованию мотивации персонала и его развитию, интеграции в мировое образовательное пространство на основе международного сотрудничества, обеспечению повышения конкурентоспособности и финансовой устойчивости на рынке образовательных услуг.

Таким образом, формирование корпоративной культуры позволяет: эффективно использовать человеческие ресурсы; повысить уровень управления организацией; усилить сплоченность коллектива; использовать как стратегический мотивирующий фактор, направляющий сотрудников на достижение целей организации.

Список использованной литературы

1. **Гродзенский, С. Я.** Менеджмент качества : учеб. пособие / С. Я. Гродзенский. – М. : Проспект, 2015. – 200 с.
2. **Наумов, М.** Организационная культура как фактор долгосрочной конкурентоспособности / М. Наумов // Управление компанией. – 2006. – № 7. – С. 66–69.
3. **Мескон, М. Х.** Основы менеджмента : пер. с англ. / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1992. – 702 с.
4. **Кодекс** корпоративной культуры учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» : утв. ректором университета С. Н. Лебедевой 28.05.2013 г. (№ 22-192 вн) // Сайт Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.i-bteu.by.
5. **Цели** в области качества на 2018 г. : утв. Советом по качеству учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» от 23.01 2018 г. № 4 // Сайт Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.i-bteu.by.