

УДК 331. 84

***ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ФОРМИРОВАНИЯ
ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ***

Ширина Ю. В.

Студентка кафедры социологии и управления

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.

Шухова,

Белгород, Россия

Демененко И. А.

к. с. н., доцент кафедры социологии и управления

Белгородский Государственный Технологический университет им. В.Г.

Шухова,

Белгород, Россия

Аннотация

В статье рассматриваются основные принципы формирования корпоративной культуры, а также проанализированы ключевой функциональный инструментарий формирования организационной культуры в компании.

Ключевые слова: организационная культура, система, деятельность компании, персонал, ценности.

FUNCTIONAL TOOLS BUILDING ORGANIZATIONAL CULTURE

Shirina Y. V.

Student, Department of sociology and management,

Belgorod state technological uiversity. V. G. Shukhov,

Belgorod, Russia

Demenenko I.A.

Candidate of sociology, associate Professor of sociology and management

*Belgorod state technological University. V. G. Shukhov,
Belgorod, Russia*

Annotation

The article deals with the basic principles of corporate culture formation, as well as the key functional tools of organizational culture formation in the company.

Key words: organizational culture, system, company activities, personnel, values.

Деятельность каждой компании не может реализоваться только лишь на основании технологий либо управленческой иерархии. В компании работают люди, и в своей работе они придерживаются определенных ценностей, по-своему создают взаимоотношения друг с другом, совершают устоявшиеся традиции, обряды, ценности. В данном смысле любая организация предполагает собой культурную среду.

Организационная культура – это не только оригинальный состав ценностей, взаимоотношений, норм, привычек, обычаев, форм поведения, но и вся среда обитания компании, свойственный ей образ взаимоотношений и поведения [2]. Корпоративная культура – это хорошо слаженный комплекс организационных, управленческих, технологических и неформальных межличностных взаимоотношений, который достигается при конкретном уровне развития административной работы и управленческих знаний.

Принципы развития организационной культуры, в целом, отображают характерные черты компании, сферы, также ключевые качества и свойства и желаемые параметры формируемой корпоративной культуры.

Создавая корпоративную культуру, необходимо придерживаться соответствующим принципам:

- 1) культура должна отражать ключевые идеи жизни компании;
- 2) данные идеи должны нести благоприятный эмоциональный заряд;

3) созданные компоненты и мероприятия должны сочетаться между собой, подтверждаться поведением и взаимоотношением к ним начальства (поведение администрации не должно идти вразрез провозглашаемым ценностям и общепризнанным нормам);

4) формируемая культура должна отвечать виду, объему и свойственным отличительным чертам компании, а кроме того условиям ее жизни;

5) невозможно опровергать собранный предыдущими поколениями культурный навык, можно со временем модифицировать или применять его как основание, плацдарм для новой культуры.

Существуют разнообразные инструменты, способствующие внедрению желаемой корпоративной культуры.

1. Поведение начальника. Считается наиболее результативным, но и самым труднореализуемым инструментом влияния. Бесспорно, руководителю следует начать с себя. По сути, речь идёт об усвоении начальником новой для себя роли: не руководителя, что приказывает, а руководителя, который привлекает личным примером. Не всякий управляющий способен поменять себя ради процветания компании. Тенденция такова, что руководитель в 21 столетии всё в большей степени будет стараться быть лидером, чтобы результативно распоряжаться персоналом. Ярче всего поступки начальника выражаются и, в соответствии с этим, сильнее всего влияют на установление работниками предлагаемых стандартов поведения. Культивируемое в компании отношение к людям, к их просчетам, особо наглядно выражается в такие моменты.

2. Система мотивации и стимулирования. Существенное давление на организационную культуру оказывает то, какие действия персонала поддерживаются, а какие подавляются при сформировавшейся практике управления. В какой степени приветствуются начальством проявления самостоятельности и инициативы со стороны подчиненных. Основы Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

построения системы мотивации и стимулирования призваны развивать то поведение работников, которое необходимо для оптимального осуществления стратегии компании. Основы построения системы мотивации и стимулирования должны принимать во внимание этнические или национальные образцы труда, а кроме того, эти ценности, нормы и принципы, которые определяют корпоративную культуру компании.

3. Критерии отбора в компанию. Следует установить, каким сотрудникам при приёме на службу будет отдаваться предпочтение: специалистам, владеющим достаточными знаниями и опытом для исполнения нынешних функций, либо же сотрудникам, которые – при нужном профессиональном уровне – считаются потенциально более ценными для компании, т.к. готовы и способны овладеть новейшие профессии, чтобы улаживать проблемы завтрашнего дня.

4. Обучение и подготовка сотрудников. Обучение и повышение квалификации персонала вызваны не только передавать сотрудникам требуемые навыки и совершенствовать у них профессиональные умения. Подготовка является важным инструментом пропаганды и закрепления желанного отношения к процессу, к компании. В процессе обучения также разъясняется, какого поведения предприятие ждет от собственных сотрудников, какое поведение станет поощряться, поддерживаться, приветствоваться. С точки зрения стратегического управления персоналом весьма принципиально, чтобы подготовка предусматривала вдобавок освоение сотрудниками не только теми профессиональными знаниями, которые нужны для исполнения ими нынешней работы, но и знаниями для выполнения тех функций, что потребуются через несколько лет в соответствии со стратегией компании. В конечном результате речь должна идти о системе постоянного обучения. Такой подход к обучению кадров поддерживает стратегию формирования компании и считается одним из значимых условий развития такого рода организационной культуры, что дает Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

возможность работникам ощущать устойчивость своей работы, быть уверенными, что и в условиях перемен они будут нужны своей компании.

5. Организационные традиции и порядки. Культура компании фиксируется и транслируется в традициях и порядках, действующих в компании. При этом на корпоративную культуру могут оказать влияние в том числе и разовые отступления от принятого (либо декларируемого) порядка. К примеру, когда по каким-то обстоятельствам руководство один-другой раз не сумело подвести ежемесячные результаты деятельности с поздравлением и награждением лучших сотрудников, то это не только нарушает установленные принципы, но и демонстрирует нежелание управляющих делить декларируемые ценности, что, безусловно, уменьшает вдохновение и стремление персонала «выкладываться» на работе.

6. Заявления, призывы, декларации управления. С целью укрепления желательных трудовых ценностей и стандартов поведения, огромное значение имеет обращение не только к разуму, но и к эмоциям, к лучшим чувствам сотрудников. Чувства решительности, гордости, восторга производят автоматический отклик на имидж фирмы.

7. Обширное введение корпоративной символики. Опыт лучших учреждений демонстрирует, что символика, применяемая на упаковке готовой продукции, в маркетинговых материалах, в оформлении компании, транспортных средств, рабочей одежде, подарочной продукции, благоприятно сказывается на отношении сотрудников к фирме, увеличивает лояльность, верность сотрудников собственной компании и ощущение гордости за неё.

Для того чтобы реализовать процесс развития и формирования организационной культуры, следует провести анализ этих факторов, которые оказывают на нее значимое влияние [3].

Всевозможные действия, связанные с переменой, совершенствованием культуры могут быть нивелированы за счет отрицательного влияния какого-
Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

либо обстоятельства. Дефицит учета влияния разных внешних и внутренних процессов, явлений и т.д. на корпоративную культуру может привести к утрате потраченных денег, времени, человеческих ресурсов. По этой причине так важно понимать ключевые факторы, оказывающие большое влияние на культуру компании. Анализ факторов внешней и внутренней среды считается одной из первых стадий процесса развития и формирования организационной культуры.

Таким образом, грамотно направленная организационная культура может привести к успеху, росту конкурентоспособных преимуществ, результативному формированию компании. Немаловажно принимать во внимание период развития компании. Бесспорно, что культура в периоды роста компании значительно отличается от культуры этапа регресса компании [1]. Для любого из периодов внедрения культуры свойственна своя система ценностей, норм, правил, ценностей. При этом основные ценности, выражающие подход к потребителям, качеству, работникам, партнерам, конкурентам, должны быть стабильными. Таким образом, они должны создавать общность компании, её неповторимость, то, что станет отличать её от других.

Библиографический список

1. Адизес И. Стремление к расцвету: максимизируйте успех вашей компании с помощью программы Адизеса / И. Адизес. – М.: Дело, 2009. – 256 с.
2. Гулей И.А., Шавырина И.В. Социокультурная модель развития организационной культуры вуза в условиях повышенной конкуренции выпускника // Менеджмент в России и за рубежом. - 2015. - №5. - С. 91-96.
3. Рыбакова М. В. Организационная культура как фактор устойчивого развития // Социально-гуманитарные знания. – 2004. – № 2. – С. 221-234.

4. Гулей И.А. Организационная культура инновационного вуза в период модернизации российского образования // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. - 2014. - №6. - С. 220-254.

Оригинальность 84%