

CORPORATE CULTURE AS A TOOL FOR MOTIVATING STAFF

Galina A.E.¹, Dautova K.R.² (Russian Federation) Email: Galina543@scientifictext.ru

¹Galina Albina Eduardovna - Candidate of Sociology, Associate Professor,
DEPARTMENT OF SOCIOLOGY OF LABOR AND ENTREPRENEURSHIP ECONOMICS;

²Dautova Karina Rifovna – Student,
INSTITUTE OF ECONOMICS OF FINANCE AND BUSINESS,
BASHKIR STATE UNIVERSITY,
UFA

Abstract: corporate culture is an important component of the successful functioning of the organization, a positive attitude to work and efficiency of work. Corporate culture is both an element and a tool of the personnel management system. Its effectiveness largely depends on how much it corresponds to the current goals and needs of the company, how quickly it can be adapted in the case of internal and external crisis and crisis situations, when the style and methods of management change drastically. Corporate culture is inherent in any enterprise, even if it is created recently, as it is already determined by those primary rules and requirements that are set by management from the first days of the company's activity. The existence of formal and informal groups within each sufficiently large organization serves as confirmation that the corporate culture is not an unshakable structure of the organization.

Keywords: corporate culture, motivation, personnel management.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Галина А.Э.¹, Даутова К.Р.² (Российская Федерация)

¹Галина Альбина Эдуардовна - кандидат социологических наук, доцент,
кафедра социологии труда и экономики предпринимательства;

²Даутова Карина Рифовна – студент,
Институт экономики финансов и бизнеса
Башкирский государственный университет,
г. Уфа

Аннотация: корпоративная культура является важной составляющей успешного функционирования организации, позитивного отношения к работе и эффективности труда. Корпоративная культура – это и элемент, и инструмент системы управления персоналом. Ее эффективность во многом зависит от того, насколько она соответствует текущим целям и потребностям компании, насколько быстро она сможет быть адаптирована в случае внутренних и внешних переломных и кризисных ситуаций, когда стиль и методы управления резко меняются. Корпоративная культура присуща любому предприятию, даже если оно создано недавно, поскольку определяется уже теми первичными правилами и требованиями, которые устанавливаются руководством с первых дней деятельности компании. Существование формальных и неформальных групп внутри каждой достаточно крупной организации служит подтверждением того, что корпоративная культура не является неизменной структурой организации.

Ключевые слова: корпоративная культура, мотивация, управление персоналом.

УДК 332

Признаки наличия в организации корпоративной культуры для человека стороннего, который впервые оказался в организации, укладываются в первое впечатление. Прежде всего, новый человек обращает внимание на поведение сотрудников, стиль и язык общения. Довольно показательной бывает реакция персонала на визит и присутствие посторонних [4, стр. 34-67].

Структура корпоративной культуры организации выражает ее общий стиль через основные элементы: корпоративный дух, корпоративную философию, профессиональное самосознание, корпоративную миссию, концепцию развития персонала, систему внутрикорпоративного информирования; обеспечивая с помощью корпоративной культуры эффективную деятельность организации.

Корпоративная культура организации – это ее «корпоративная индивидуальность», фактор, который заставляет партнеров, клиентов и инвесторов обращать на себя внимание. Проявление корпоративной культуры во внешней среде имеет рекламную и маркетинговую значимость. Репутация организации, ее авторитет на рынке, напрямую зависят от грамотно сформированной, развитой корпоративной культуры.

Корпоративная культура любой крупной компании представлена широким перечнем традиций, норм и образцов поведения, укоренившихся в коллективе за время его существования. Формальные и

неписанные правила, которых придерживаются рядовые сотрудники и руководители, регулируют внутренние взаимоотношения в рамках организации и влияют на показатели эффективности производства. Сегодня уже никто не отрицает значения корпоративной культуры в общей системе управления профессиональным сообществом любого масштаба [3, стр. 54-66].

Существует несколько подходов к классификации корпоративной культуры предприятия, в зависимости от основных ролей, распределяемых между участниками трудовых отношений (сотрудниками и руководителями разного уровня), принципов их взаимодействия. Рассмотрим несколько классификаций корпоративной культуры.

Американский социолог Ч. Хэнди предложил свою классификацию типов организационной культуры, которая основывается на системе распределения власти, полномочий и ответственности. Он выделил следующие виды культуры (Таблица 1):

«Культура власти». Организации с таким видом культуры, как правило, имеют жесткую иерархическую структуру. Особая роль отводится лидеру, его личным качествам и способностям. Критерии личной преданности стоят на первом месте при осуществлении подбора персонала. От этого зависит и карьерный рост сотрудников. Примеры «культуры власти» можно найти в маленьких предпринимательских организациях.

Таблица 1. Ч. Хэнди: типы организационной культуры

Тип организационной культуры	Содержание
Культура власти	Сила ресурсов, сила личности.
Ролевая культура	Основным источником власти являются положение, занимаемое в иерархической структуре Организация, значительный контроль над ситуацией.
Культура задачи	Силы специалиста, дух команды.
Культура личности	Сила личности

«Ролевая культура». Такой вид корпоративной культуры характеризуется строгим функциональным распределением ролей и специализацией участков. Функционирование осуществляется на основе системы правил, процедур и стандартов деятельности, соблюдение которых должно гарантировать его эффективность. Основным источником власти – положение, занимаемое в иерархической структуре, а вовсе не личные качества лидера. Отношение к силе личности неодобрительное. Организация с таким видом успешно работает в стабильной окружающей среде. Олицетворением ролевой культуры является бюрократия [6].

«Культура задачи». Данный вид корпоративной культуры ориентирован на реализацию проектов и решение задач. Коллективность и высокий профессионализм сотрудников определяют успешность деятельности организации с такой культурой. Обладатели максимального количества информации и ведущие эксперты наделяются в таких организациях властными полномочиями. Эффективность «культуры задачи» очевидна в ситуации, когда правила диктует рынок.

«Культура личности». Организации, в которых главенствует этот вид культуры, сотрудников объединяют, чтобы они могли решить собственные задачи. Власть зиждется на близости к ресурсам, профессионализме и умении договариваться. Власть и контроль носят координирующий характер. Обнаружить такой вид корпоративной культуры можно далеко не в каждой компании. Однако отдельные руководители пытаются придерживаться таких принципов. Личности в этой культуре отводится центральное место. Структура в организации предназначена для обслуживания и помощи [6].

Корпоративная культура обладает мотивирующим воздействием на сотрудников, которое осуществляется с помощью определенных компонентов культуры. К таким элементам, побуждающим людей к активной трудовой деятельности, можно отнести гордость за свою компанию, ее миссия, ценности, безопасность трудовой деятельности, сплоченность коллектива, возможность должностного продвижения и карьерного роста и так далее. В связи с этим, по мнению исследователей, разработка корпоративной системы мотивации должна включать в себя следующие этапы:

1. Определение стратегии развития организации, в том числе формулирование стратегического и тактического плана мотивации персонала в соответствии со стратегией фирмы.
2. Формирование кадровой стратегии организации, включающей также мотивационный менеджмент.
3. Создание корпоративной культуры.
4. Построение корпоративной системы мотивации персонала на основе основных элементов корпоративной культуры.

Для выявления влияния корпоративной культуры на систему мотивации может быть проанализирована структура культуры. Существует три уровня культуры в организации: артефакты, провозглашаемые ценности и базовые представления.

По моему мнению, именно провозглашаемые корпоративной культурой ценности могут быть рассмотрены как основной фактор мотивации персонала. Но также не стоит забывать о базовых представлениях, которые предопределяют трудовую деятельность сотрудников. В то же время, культурные артефакты представляют наименьшую значимость с точки зрения мотивации персонала.

Сам процесс создания и внедрения нужной для компании корпоративной культуры станет возможным лишь при условии обеспечения вовлеченности в это действие основной массы сотрудников организации. Сразу акцентируем на важном моменте: предприятия, старающиеся внедрять корпоративную культуру только усилиями менеджмента, не принимая в расчет мнения большинства простых сотрудников, окажутся перед лицом проблемы противодействия «низового» персонала. Преодоление этой проблемы противодействия, как говорится, вопрос риторический. Наличие финансовых и административных ресурсов и возможностей позволяет крупным, вертикально интегрированным компаниям идти напролом, устраняя досадную помеху.

Компаниям, которые занялись подготовкой к разработке и внедрению концепции корпоративной культуры можно рекомендовать следующие действия: провести беседы и анкетирование сотрудников, для выявления их личных целей и определения восприятия ими своей трудовой деятельности и отношения к работодателю. Проявляется возможность оценить сложившуюся ситуацию с расстановкой сил и интересов при внедрении корпоративной культуры, ведь получение наибольшего эффекта от корпоративной культуры следует ожидать в том случае, если цели и ценности организации совпадают с личными целями и ценностями персонала.

Таким образом, корпоративная культура - один из важнейших факторов мотивации работников к эффективной трудовой деятельности. Она позволяет сбалансировать интересы персонала и компании и выработать нормы, гласные и негласные правила поведения, обеспечивающие эффективную организацию труда в организации.

Различные проявления культуры в организации обладают мотивационным воздействием, побуждая сотрудников к активной работе. Следовательно, при создании системы мотивации персонала необходимо учитывать существующую корпоративную культуру, ее влияние на трудовое поведение сотрудников.

Список литературы / References

1. Блинов А.О., Василевская О.В. Искусство управления персоналом: Учебное пособие для экономических колледжей и вузов. М.: ГЕЛАН, 2001. 441 с.
2. Ветошкина Т. Влияние корпоративной культуры на мотивацию персонала // Кадровик. Кадровый менеджмент, 2008. № 9. 223 с.
3. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. 3-е изд. М.: Гардарики, 2003. 528 с.
4. Веснин В.Р. Менеджмент: учеб. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ТК Велби. Изд-во Проспект, 2006. 504 с.
5. Капитонов Э.А., Зинченко Г.П., Капитонов А.Э. Корпоративная культура: теория и практика. М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2005. 352 с.
6. Корпоративная культура: разработка и внедрение. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.hr-director.ru/article/65742-qqq-15-m10-korporativnaya-kultura-razrabotka-i-vnedrenie/> (дата обращения: 14.01.2018).