

«Сейфуллин оқулары – 18: « Жастар және ғылым – болашаққа көзқарас» халықаралық ғылыми -практикалық конференция материалдары = Материалы международной научно-практической конференции «Сейфуллинские чтения – 18: « Молодежь и наука – взгляд в будущее» - 2022.- Т.1, Ч.V. - С. 23-26

## **РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Дюсембаева Ж, магистрант 2 курса,  
Казахский Агротехнический Университет им.С.Сейфуллина, г.Нур-Султан*

Корпоративная культура оказывает влияние на эффективность работы предприятия, повышая сплоченность сотрудников, увеличивая производительность, способствуя развитию трудовой дисциплины, мотивации и взаимодействию сотрудников. В статье анализируются научные подходы к управлению корпоративной культурой, способствующей формированию корпоративной идентичности персонала. В статье рассмотрена корпоративная культура казахстанских компаний. Корпоративная культура рассматривается как один из основных факторов успешности компаний.

Раскрыть понятие корпоративной культуры, а также изучить проблемы связанные с процессом ее внедрения и предложить рекомендации по развитию корпоративной культуры предприятия. Рассмотреть сущность и структуру изучаемого понятия.

Элементы культуры организации формируются с момента её возникновения и на протяжении всего времени существования. Она укрепляет внутренние связи между работниками и структурными подразделениями, усиливает мотивацию сотрудников, обеспечивает более эффективную координацию, чем формальная система контроля и планирования.

В этих условиях, ведущие мировые компании сосредотачивают свои возможности и средства на создании уникальной корпоративной культуры, благоприятной атмосферы в коллективе, что позволяет им иметь в своем штате лучших сотрудников. В современных нестабильных условиях Казахстанского бизнеса квалифицированные кадры могут стать надежным фундаментом для дальнейшего развития предприятия, что также в следствие будет положительно влиять на экономику страны и на ее социальную часть. Формирование и развитие корпоративной культуры, в стратегическом плане — это продуманные правила поведения, организованная система коммуникации, программы развития персонала, мотивационные мероприятия, тимбилдинг и т.д.

Как показывают последние глобальные исследования Ernst&YoungGlobalLimited, более 80% руководителей компаний со всего мира считают, что эффективная корпоративная культура - залог успеха любого бизнеса. В то же время, только 14% руководителей довольны их культурой компании. Для большинства руководителей в мире (87%) корпоративная культура, а также вовлеченность персонала, -приоритетные вопросы в управлении бизнесом. [1]

Таким образом, успешные компании характеризуются высоким уровнем корпоративной культуры, который формируется в результате усилий, направленных на развитие духа корпорации на благо всех заинтересованных сторон.

Эффективную корпоративную культуру отличают такие характеристики, как слаженность, взаимодействие; удовлетворение работой и гордость за её результаты; преданность организации и готовность соответствовать её высоким стандартам; требовательность к качеству труда; готовность к переменам, вызванным прогрессом и конкурентной борьбой, невзирая на трудности и бюрократические препоны.

О. В. Троицкая выделяет наиболее действенные способы управления корпоративной культурой: пропаганда корпоративных ценностей через внутриорганизационные и внешние средства коммуникации (газеты, журналы, компьютерные сети); воплощение декларируемых ценностей в поведении организационных лидеров (как формального, так и неформального, как в повседневных, так и в кризисных ситуациях); формирование соответствующей системы распределения вознаграждений, должностей и статусов; подбор и социализация новых работников.

М. Магура выделяет методы поддержания и укрепления корпоративной культуры: поведение руководителя; реакция руководства на поведение работников в критических ситуациях; обучение персонала; система стимулирования; критерии отбора в организацию; организационные традиции и порядки; широкое внедрение корпоративной символики и другие.

Согласно Э. Шейну, на каждом этапе формирования культуры должны применяться различные механизмы и технологии её изменения. Например, при создании предприятия и формировании новой культуры механизмами могут быть: внимание, контроль и вознаграждение со стороны лидера, поведение лидеров, достойное подражанию, и т. д.

Н. Смирнова отмечает, что политика предприятия в отношении корпоративной культуры выражается не только в формулировании официальных ценностей, но и в конкретных мероприятиях, проводимых фирмой, направленных на формирование у сотрудников идентичности с предприятием. [2]

Можно сделать вывод, что целенаправленное развитие корпоративной культуры, способствующей формированию корпоративной идентичности сотрудников, позволит эффективно использовать человеческие ресурсы компании для реализации её стратегии, повысить уровень управляемости компанией, усилить сплочённость команды, использовать корпоративные

ценности как стратегический мотивирующий фактор, направляющий сотрудников на достижение общеорганизационных целей.

Особенно важно отметить такой параметр корпоративной культуры, как отношение компании к ее работникам. Журнал «Континент» недавно провел исследование (опрос работников), выясняющее отношение компании к работникам. Основные вопросы включали в себя: уровень корпоративной культуры, как компания относится к Вам, является ли Ваша работа психологически комфортной, развиваетесь ли Вы вместе с Вашей компанией и т.д.

Исследование показало, что наибольшей степени удовлетворены отношением компании к работникам сотрудники крупных международных компаний (а точнее, их казахстанских офисов) - «Тенгизшевройл», «Аджип», «Бритиш Газ», «Пр айс УотерХаус и Куперс», «Делуа и Туш», «Ернст и Янг», «Филип Моррис Казахстан».

Данные компании, в дополнение к высоким компенсационным системам, демонстрируют современную систему мотивации, прогрессивную корпоративную культуру и благожелательное отношение к работникам.[3]

Все крупные западные компании, пришедшие на рынок Казахстана, имеют оформившуюся корпоративную культуру, некоторые из них имеют столетнюю историю корпоративной культуры. Многие отечественные компании решают подойти к этой теме и использовать весь мощный потенциал корпоративной культуры на благо развития компании, многие казахстанские банки уже внедрили собственную корпоративную культуру. В Казахстане на текущий период уже есть осознание, что умелый корпоративный менеджмент и корпоративная культура могут стать серьезным конкурентным преимуществом компании.

Проблема состоит в том, что корпоративной культуре в ряде компаний не уделяется достаточное внимание, зачастую вопрос формирования корпоративной культуры даже не стоит на повестке дня. При упущении данного вопроса компания теряет серьезное конкурентное преимущество, а работники могут быть не удовлетворены своей работой, что сказывается на результатах труда и эффективности деятельности компании в целом.

Исследования по корпоративной культуре же показывают, что все успешные компании имеют сильную корпоративную культуру, ценные сотрудники сами стремятся в компании, где их эффективно мотивируют и в которых приятно работать. Ведь наряду с материальным поощрением есть нематериальное поощрение и мотивация, проблемами которой и должна заниматься корпоративная культура.

В некоторых компаниях есть определенная корпоративная культура, однако она может не быть сформулирована, из-за чего также может существовать убеждение, что сотрудники компании не разделяют ее стиль, методы работы и ценности компании, или возникают другие, негативные для интересов компании, представления. Сформулированная и четкая корпоративная культура необходима для того, чтобы каждый сотрудник знал,

какие ценности исповедует компания, какова ее политика в разных сферах деятельности, правила приемлемого и неприемлемого поведения.

Даже если в компании есть своя корпоративная культура, часто возникает потребность в ее изменении. Необходимость изменения корпоративной культуры возникает из-за того, что сложившаяся практика, общие убеждения или стиль работы сотрудников неадекватен, приносит ущерб интересам компании.

Еще не так давно почти никто не знал словосочетания «корпоративная культура». Однако это не означает, что ее не было. Доска передовиков труда, значки выдающихся работников социалистического труда, почетные грамоты, публичное вынесение благодарности («с занесением») – все это яркие примеры корпоративной культуры. [4]

Большинство компаний сегодня не совсем правильно определяют для себя понятие корпоративной культуры, недооценивая ее роли и взаимосвязи с другими бизнес-процессами. Корпоративная культура способствует не только продвижению компании на рынке, ее имиджу и внутрикорпоративному сплочению коллектива, но и максимизации прибыли бизнеса, от чего зависит конкурентное преимущество и успех Вашего бизнеса. Сегодня зачастую в организациях отсутствуют единые системы корпоративных ценностей и внутрикорпоративных коммуникаций. Мнения руководителей по этому вопросу разделяются, т.к. чаще всего роль корпоративной культуры определяют лишь в формировании внешнего имиджа организации. Другая добрая половина считает, что именно корпоративная культура влияет на повышение эффективности бизнес-процессов и развитие компании. Мое же мнение в этом вопросе таково, что одно вытекает из другого, то есть при развитой корпоративной культуре, повышается эффективность работы организации, повышается ее конкурентоспособность, также растет ее привлекательность для сотрудничества, что вследствие приводит к формированию внешнего имиджа компании, а также его улучшения.

Корпоративная культура стимулирует работников создавать положительный имидж корпорации, направляет ежедневную деятельность на достижение не только материальных, но и духовных целей, которые необходимы для функционирования во внешнем окружении.

Постоянно подвергаясь влиянию со стороны внешней среды приспособляясь к изменениям, современная организация должна иметь способность формировать и накапливать потенциал, который может обеспечить не только своевременную и адекватную реакцию на воздействия внешней среды, но и даст возможность активно изменять окружающую действительность, эффективно управлять функционированием и развитием многочисленных элементов и подсистем организации.[5]

С целью раскрытия обозначенной проблематики, в рамках данной статьи, видется необходимым определить сущность основополагающего понятия — «корпоративная культура» и степень воздействия на развитие организации.

Базовое рабочее определение корпоративной культуры — это система ценностей и установок, определяющих нормы поведения работников в организации. В этой связи хотелось бы упомянуть модель управления, которая была разработана американским социологом Т. Парсонсом [6]. Ее основная суть заключается, в том, что для выживания и процветания организации она должна быть адаптирована к постоянно меняющимся условиям и потребностям общества, ставить цели и добиваться их, объединять свои части в единое целое, стараться найти признание среди конкурентов и клиентов. При этом главенствующая роль в этом процессе принадлежит культуре организации.

Результаты опроса сотрудников показали, что руководство стремится развивать и спланировать корпоративный дух и поддерживать ценности в организации. Однако, во многих организациях отсутствует кодекс корпоративного поведения, который четко бы определял нормы и правила поведения и общения сотрудников, обслуживания клиентов и взаимоотношений с партнерами. Кроме того, недостаточно развиты совместные мероприятия (тимбилдинги, корпоративы, поездки на природу и т.д.)

В этой связи, с целью развития и поддержания корпоративной культуры организаций предлагаю следующие мероприятия:

– во-первых, выработать устойчивую систему ценностей, приемлемых для всего трудового коллектива. Система ценностей организует внутренний стержень корпоративной этики. Чем крепче ценности в культуре данной организации, тем сильнее они оказывают влияние на поведение сотрудников;

– во-вторых, предлагается создать корпоративный кодекс организации, в котором будет изложено, что организация реализовывает свою деятельность в соответствии с законодательством, и все сотрудники руководствуются правилами ведения бизнеса. Соответственно, корпоративные ценности будут сообщаться каждому новому сотруднику в самом начале его работы.

– в-третьих, предлагаю ввести систему проведения тренингов с персоналом, направленных на поддержание корпоративной культуры и сплочение трудового коллектива; ввести интерактивные курсы по культуре деловых взаимоотношений для каждого сотрудника;

– Наконец, *в-четвертых*, рекомендуется разработать систему методов мотивации персонала с учетом изменений в экономике и на рынке труда. [7]

Подводя итог можно сказать, что при умелом использовании корпоративной культуры можно привести предприятие к успеху, процветанию и стабильности, а при неумелом возможны прямо противоположные результаты. Следовательно, корпоративную культуру необходимо изучать, следить за ее формированием, совершенствовать и регулировать ее изменения. Она должна стать органичной частью всего предприятия, быть адекватной к современным требованиям, продиктованными экономическим и технологическим развитием, спецификой казахстанского законодательства и менталитета, а также

спецификой конкретного предприятия, она должна содействовать достижению поставленных целей, а, следовательно, повышению эффективности деятельности предприятия.

#### Список использованной литературы

1. Кац И. Взаимодействие государства и рынка в переходной экономике // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 7.- с.22 – 26
2. Корпоративная культура и лидерство: Пер.с англ.- М.: Альпина бизнес Букс, 2008. – 160с.
3. Ивановская Л.В. Управление персоналом организации: учебник / А.Я. Кибанов, И.А. Баткаева, Л.В. Ивановская. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — С. 45.
4. Виханский О., Наумов А. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: Учебник. Перераб.идоп. М.: Экономистъ, 2006. — С. 19.
5. WangF., FanX.,ZHANGY, [SUNL.](#) [Chong-huaiLIUJian-fuJIANG](#) Establishment and application of an SNP molecular identification system for grape cultivars. Journal of Integrative Agriculture. Volume 21, Issue 4, April 2022, Pages 1044-105. [https://doi.org/10.1016/S2095-3119\(21\)63654-7](https://doi.org/10.1016/S2095-3119(21)63654-7)

Научный руководитель: Анафияева Ж.А.