

2. Ковынёва О.А., Герасимов Б.И. Управление качеством жизни. — Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, 2006. — 89 с.
3. Окрепилова И.Г., Венедиктова С.К. Управление качеством жизни. — СПб: СПбГУЭФ, 2010. — 104 с.
4. Ушаков И.Б. Качество жизни и здоровье человека. — М: «Истоки», 2005. — 130 с.
5. Лестница благосостояния. Уровень жизни в России в 2019г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finova.ru/uroven-zhizni-v-rossii/>.
6. Лазаренко В.Е. Развитие внутреннего рынка труда и участие России в Международных рынках рабочей силы: оптимизация стратегии / В.Е. Лазаренко // Вестник Белгородского Государственного Технологического Университета им. В.Г. Шухова № 10, 2016 – с. 244-249.

Климова А. С., Афанасьев И.В.

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, г. Белгород

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

На современном этапе развития экономики руководство любой компании сталкивается с проблемой стимулирования эффективности ее управления. Достаточная эффективность управления организацией в первую очередь зависит от выбора наиболее верного подхода к организации управления персоналом, формированию корпоративного духа работников, также в основе корпоративной культуры менеджерам компании необходимо формировать идеи и ценности компании. С недавнего времени корпоративная культура приобрела статус ключевого показателя, необходимого для корректного построения системы управления на предприятии. Корпоративная культура является одним из основных факторов эффективного функционирования любой организации. Действенное и быстрое решение поставленных задач может достигнуть только слаженный стремящийся к общей цели коллектив, а не работники, которые не оказывают поддержку и не могут посоветоваться с коллегами при возникшей необходимости.

Корпоративная культура – это целостная система, в основе которой лежит совокупность идей и ценностей организации. Совокупность элементов корпоративной культуры определяет специфику поведения и коммуникаций, и зачастую,

характеризуется единообразной внешней оболочкой: фирменная атрибутика, стиль, традиции компании. Тем не менее, корпоративная культура не ограничивается фирменной символикой и правилами внешнего вида и поведения работников. Внешние, бросающиеся в глаза проявления корпоративной культуры являются лишь оболочкой, скрывающим фактором, если они не подкреплены совокупной системой внутренних традиций и общих организационных ценностей.

Для достижения эффективного внедрения любых нововведений в организации и повысить ценность человеческого капитала, необходимо целенаправленное управление корпоративной культурой. Эффективное управление корпоративной культурой должно стать обязательной компетенцией менеджеров, так как ее грамотное формирование можно назвать одним из наиболее важных аспектов эффективной деятельности организации. Должное внимание и исполнение указанной функции является необходимым, хотя и не достаточным, условием качественного управления. Из этого следует основная проблема – необходимость выбора правильной, наиболее эффективной для компании корпоративной культуры и, что особенно важно, ее корректировка в соответствии с текущими приоритетами.

Американский исследователь организационной культуры Деннис Дж. Кравец (Скотсдейл, Аризона) изучал корпоративную культуру 330 крупных американских фирм, и им была выявлена явная корреляция между показателями эффективности деятельности компании и типом организационной культуры. После этого исследования Д. Дж. Кравец были подтверждены Дж. Томпсоном, который исследовал корпоративную культуру энергетических компаний США. Показателями эффективности и Кравец, и Томпсон отнесли сокращение нарушений техники безопасности/число несчастных случаев, увеличившуюся долю потребителей, полностью удовлетворённых качеством производимых товаров, сокращение количества трудовых конфликтов, рост прибыли и продаж. [3, 4]

К элементам корпоративной культуры относится множество аспектов деятельности компании, среди которых также корпоративные ценности, ритуалы, символы и прочее.

Корпоративные ценности – это основа организационной культуры, с их учетом определяют нормы и правила поведения в компании. Корпоративную культуру, которая построена на ядре ценностей, норм и правил поведения, можно определять как деловой климат организации. Она формирует стиль и методы менеджмента, выражается в этом стиле, определяет среду позиционирования и восприятия организации как единого целого и её исключительного

образа. Ценности определяют то, что должно считаться в организации важным.

Также одним из важнейших элементов культуры организации принято считать символы, которые тесно сопряжены с системой организационных ценностей. Наличие корпоративного знака или лозунга, который отражает философию деятельности компании, – ключевой элемент, вокруг которого формируется корпоративная культура. Фирменный стиль считается не только самовыражением индивидуальности компании, но и определением её организационных ценностей.

Ритуалами фирмы называют цикличную совокупность действий, которая отражает ключевые организационные ценности фирмы. Они являются методом наглядной демонстрации ценностной направленности фирмы, которая должна определять нормы поведения сотрудников и выявлять стандарты взаимодействия, которое устанавливается руководством компании.

Определяют основные структурные элементы организационной культуры, формирующие эффективную деятельность предприятия.

Лидер. Эффективно управлять организацией способен лишь лидер, соответствующий культуре фирмы, социальной и национальной специфике персонала и идеально владеющий навыками ситуационного лидерства, способный вести фирму вперёд к совершенствованию.

Обучение и повышение квалификации персонала должны не только давать сотрудникам необходимые знания, но и прививать им профессиональные навыки. Обучение выступает ключевым методом пропаганды и объяснения должного отношения к делу, к компании. В процессе обучения также объясняется, какого поведения фирма требует от своего сотрудника, какое поведение будет поощряться, поддерживаться, приветствоваться. Необходимо, чтобы обучение включало в себя не только получение работниками тех профессиональных навыков, которые нужны для осуществления ими текущей работы, но и знаниями для выполнения тех обязанностей, которые могут стать востребованными через некоторое время в соответствии с изменениями в стратегии компании.

Творческое отношение к труду также требует внимания, ведь раскрывая свой творческий потенциал, работник выполняет свои обязанности в разы эффективнее, чем если со стороны руководства исходит лишь жёсткий прессинг.

Горизонтальная структура управления является одним из важнейших элементов, составляющих организационную культуру предприятия. Очевидно, что грамотно построенная горизонтальная структура управления определяет качественную систему внутренней

коммуникации, т.е. направления прямой и обратной связи. Кроме функции передачи информации, важного элемента для правильной работы организации, внутреннее общение становится проводником организационной культуры.

Перечисленные составляющие корпоративной культуры оказывают влияние на такие важные показатели деятельности предприятия как уровень качества производимой продукции, темп роста продаж, производительность труда, количество нарушений трудовой дисциплины.

В заключение можно отметить, что корпоративная культура может активизировать трудовую деятельность (стимулировать эффективность) или подавлять её. Соответственно, корпоративную культуру необходимо исследовать, контролировать ее создание, улучшать и следить за ее изменениями. Она должна стать неотъемлемой частью всей организации, удовлетворять современным требованиям, которые определяются экономическим и технологическим развитием, а также спецификой деятельности конкретной фирмы.

Литература:

1. Арапов А.В. Формирование корпоративной культуры и ее значение для управления компанией // Экономика, предпринимательство и право. – 2013. - №1 – С. 18
2. Т.Б. Иванова, Е.А. Журавлёва Корпоративная культура и эффективность предприятия: монография / Т.Б. Иванова, Е.А. Журавлёва. –М. : РУДН, 2011
3. Kravetz D.J. People Management Practices and Financial Success: A Ten Year Study [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.kravetz.com/>;
4. Thompson J. Leading to empowerment [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://finarticles.com/p/articles/mi_qa3650/is_199507/ai_n879311/
5. Диагностика корпоративной культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www. denisonconsulting.com](http://www.denisonconsulting.com)
6. Аркатов, А.Я. Интеллектуальные ресурсы – основа инновационного развития предприятия / А.Я. Аркатов. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2012. – 120 с.
7. Тоцкая И.В. Организационное поведение: учебное пособие для студентов / И.В. Тоцкая – Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2011.