

Таирова Лилия Рафаэльевна

преподаватель

Пупкова Дарья Юрьевна

магистрант

Суховерхова Ирина Евгеньевна

магистрант

ФГБОУ ВО «Российский государственный

социальный университет»

г. Москва

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

***Аннотация:** в статье рассмотрены структурные элементы корпоративной культуры. Представлены и описаны основные факторы, влияющие на формирование и структурирование корпоративной культуры. Рассмотрен процесс внешней и внутренней адаптации персонала. Определены основные проблемы адаптации персонала входе построения корпоративной культуры. Выявлены особенности корпоративной культуры в целом. Определено воздействие внешней среды на внутреннюю политику организации и ее влияние на повышение эффективности.*

***Ключевые слова:** корпоративная культура, адаптация персонала, эффективность корпоративной культуры, структура корпоративной культуры.*

Внешняя среда оказывает существенное воздействие на организацию, что, безусловно, влияет на её культуру. Но, как свидетельствует практика, две организации, которые функционируют в одном и том же окружении, могут иметь достаточно различные культуры. Это происходит потому, что через свой совместный опыт члены организации по-разному решают две очень значимые проблемы. Первая из них – это внешняя адаптация: что должна сделать организация для того, чтобы выжить в обстоятельствах строгой внешней

конкуренции. Вторая – это внутренняя интеграция: как внутриорганизационные процессы и отношения способствуют ее внешней адаптации.

Факторы, которые влияют на корпоративную культуру:

- индивидуальная автономность – уровень ответственности и самостоятельности, а также способность выражения инициативы в компании;
- структура – взаимодействие органов и лиц, действующих правил, прямого руководства и контроля;
- направление – степень формирования целей и возможностей деятельности предприятия;
- интеграция – степень, до которой части (субъекты) в рамках предприятия пользуются поддержкой в интересах осуществления скоординированной деятельности;
- управленческое предоставление – уровень, сравнительно какой клерки гарантируют конкретные коммуникационные взаимосвязи, поддержку и помощь собственным подвластным;
- поддержка – уровень поддержки, которую руководители оказывают своим подчиненным;
- стимулирование – уровень зависимости вознаграждения от итогов работы;
- идентифицированность – уровень отождествления сотрудников с предприятием в целом;
- управление конфликтами – уровень разрешаемости конфликтов;
- управление рисками – уровень, до которой сотрудники поощряются в инновациях и принятии на себя риска.

Данные свойства содержат как структурные, так и поведенческие измерения. Та или иная компания может быть подвергнута анализу и детально описана на основе упомянутых ранее параметров и свойств [5, с. 177].

Процесс внешней адаптации и выживания сопряжен с поиском и нахождением компании своей ниши на рынке и ее приспособлением к регулярно

меняющемуся внешнему окружению. Это процесс достижения компанией собственных целей и взаимодействия с представителями внешней среды.

К проблемам внешней адаптации и выживания можно отнести следующее:

– миссия и стратегия (определение миссии компании и её основных задач; выбор стратегии исполнения данной миссии);

– цели (установление своеобразных целей и внутреннее принятие их сотрудниками);

– средства (ресурсы, применяемые для достижения целей; консолидация усилий в достижении выбранной миссии; адаптация организационной структуры, оптимизация систем стимулирования и отчетности);

– контроль (установление индивидуальных и массовых критериев результативной работы; формирование информационной инфраструктуры);

– корректировка поведения (формирование системы поощрения и наказания, увязанной с выполнением или невыполнением поставленных задач).

Члены компании обязаны понимать настоящую цель собственной компании, а не то, что нередко декларируется с высоких трибун для акционеров и общественности. Это поможет им сформировать представление своего вклада в выполнение организацией своей миссии [3, с. 10].

Корпоративную культуру можно рассматривать как типичное сознание и поведение сотрудников в единстве его субъективных и объективных компонентов.

Корпоративная культура в организации существует в формальном и неформальном отражениях, обе её части необходимо рассматривать отдельно и в совокупности [2, с. 69].

Существует несколько элементов корпоративной культуры, в общем виде можно назвать их артефактами, ценностями и базовыми представлениями.

Эффективность корпоративной культуры складывается из эффективности реализации её функций, а те, в свою очередь, зависят от качественных характеристик самой культуры.

Сила и эффективность корпоративной культуры не связаны напрямую, поскольку к сильной корпоративной культуре в обществе сложилось неоднозначное отношение.

Список литературы

1. Абрамова С.Г. О понятии «корпоративная культура» / С.Г. Абрамова, И.А. Костенчук // М., 2013. – 89 с.
2. Василенко С.В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом. – М.: Дашков и К, 2013. – С. 132.
3. Жемчугов А.М. Эффективность организации – единство целей, стратегии и структуры // Проблемы экономики и менеджмента. – 2012. – №2. – С. 6–12.
4. Молчанов Ю.Р. Трудовая миграция в России: анализ конфликтности процесса / Молчанов Ю.Р., Сулягина Ю.О. // Новое поколение. – 2016. – №10. – С. 386–389.
5. Таирова Л.Р. Виртуализация повседневного уклада жизни // Научный взгляд: Труды международной научно-практической конференции. – 2015. – С. 176–178.