(cc) BY

Автор:

Кузьмина Инга Константиновна

студентка

Финансово-экономический институт

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный

университет им. М.К. Аммосова»

г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ИМИДЖ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: *в статье отмечено, что сегодня формирование влияния организационной культуры на имидж предприятия является одним из актуальных вопросов управления персоналом. Именно организационная культура позволяет предприятию адаптироваться в условиях окружающей среды, воздействуя на репутацию организации и формируя определенные представления у партнеров, конкурентов и потребителей услуг.*

Ключевые слова: *организационная культура, имидж предприятия, управление персоналом.*

Проблему эффективного влияния организационной культуры на имидж предприятий исследовали как отечественные, так и зарубежные специалисты. Так, еще в 90-х гг. Стефан Роббинс, ученый, автор серии книг по теории организаций и общего менеджмента, рассматривал организационную культуру как «социальный клей», который способствует удержанию целостности организации за счет создания приемлемых стандартов поведения и мышления. По мнению Роббинса, именно личная инициатива, управленческая поддержка, готовность рисковать, контроль, четкие цели, лояльность сотрудников, согласование действий и система вознаграждений являются наиболее ценными характеристиками на предприятии [2, с. 139]. В то же время, российские специалисты отмечают, что «способность фирмы создать ключевые ценности, которые объединяют усилия

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

всех структур того или иного предприятия, является одним из самых глубоких источников успешной деятельности предприятия» [3, с. 36].

Однако данная проблема не имеет окончательного решения, поскольку:

– во-первых, у исследователей нет единого мнения относительно содержания понятия «организационной культуры»;

– во-вторых, с развитием предприятия формируется новая организационная культура, приобретающая другие механизмы и рычаги влияния на функционирование фирмы.

Стоит отметить, что меняется и имидж организации, поскольку он является достаточно неустойчивым, меняясь под воздействием различных обстоятельств и факторов. Следовательно, организационная культура наделяет имидж предприятия смысловым содержанием [1, с. 25].

Например, все мы знаем компанию «Adidas». Эта компания давно позиционирует себя на рынке, как преуспевающее предприятие с высокой долей рынка и хорошей конкурентной позицией. Безусловно, все это зависит, в первую очередь от стратегии и миссии данной компании, но и немаловажную роль здесь играет организационная культура. Все сотрудники компании придерживаются организационной культуры предприятия, так как она сложилась на данном предприятии довольно давно. Все сотрудники компании вежливые и с ответственностью подходят к выполнению своих служебных обязанностей. Главной чертой организационной культуры является то, что все сотрудники, без исключения, должны носить одежду собственной марки «Adidas». Это касается и руководителей компании.

Организационная культура это и результат взаимодействия желаний основателей организаций и базовых установок работников, которые выработаны предыдущим опытом. Известные основатели популярных фирм, такие как Генри Форд, Уолт Дисней, Стив Джобс и др., являлись важными источниками создания организационной культуры. Они оказали влияние на становление и развитие организационной культуры своих компаний, которые стали мировыми и до сих пор занимающих лидирующие позиции на рынке.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Таким образом, именно организационная культура помогает поддерживать устойчивые связи и отношения как внутри самой фирмы, так и с внешней средой. Она проявляется в поддержании связей с потребителями и поставщиками, в качестве выпускаемой продукции или товара, в содержании рекламы, во внешнем виде сотрудников и их отношении, в интерьере офиса и т. д. Следовательно, организационная культура может обеспечить имидж предприятия в долгосрочной перспективе, а значит повлиять на ее результативность и способствовать увеличению прибыли.

Список литературы

1. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании: Учебное пособие / Т.О. Соломанидина – М.: Инфра-М, 2015. – 624 с.

2. Сурикова Д.А. Общее и частное в эволюции походов к понятию «организационная культура» / Д.А. Сурикова, О.В. Юрова // Экономика, управление, финансы: Материалы II международной научной конференции. – Пермь: Меркурий, 2012. – С. 137–141.

3. Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка: Учебное пособие для студентов вузов / О.Г. Тихомирова. – М.: Инфра-М, 2011. – 151 с.

4. Давыдова Ю.Д. Влияние организационной культуры на имидж предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://nauchforum.ru/studconf/social/xxxii/10282 (дата обращения: 05.12.2017).

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)