

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

CORPORATE CULTURE

Карасева И. А., студент, Государственный университет по землеустройству,
г. Москва

Карханина А. С., студент, Государственный университет по землеустройству,
г. Москва

Karaseva I. A., student, State University of Land Management, Moscow

Karkhanina A. S., student, State University of Land Management, Moscow

Аннотация

В статье рассматривается вопрос влияния корпоративной культуры на имидж компании и вовлеченность сотрудников в процесс работы, а также сплоченность коллектива. Авторами статьи были проанализированы корпоративные культуры таких компаний, как «Яндекс, Amazon, Toyota, Газпром», а также были рассмотрены функции, виды, отличие от организационной культуры, элементы и влияние на сотрудников.

Annotation

The article examines the impact of corporate culture on the company's image and employee engagement in the work process, as well as team cohesion. The authors of the article analyzed the corporate cultures of companies such as Yandex, Amazon, Toyota, Gazprom, and also considered the functions, types, differences from organizational

Ключевые слова: Корпоративная культура, организационная культура, структурные элементы, миссия и ценности компании, ритуалы, корпоративная символика, стихийный и целенаправленный процессы.

Keywords: Corporate culture, organizational culture, structural elements, mission and values of the company, rituals, corporate symbols, spontaneous and purposeful processes.

В современном бизнесе корпоративная культура является одним из ключевых факторов, определяющих успех организации. Корпоративная культура – это совокупность ценностей, норм и представлений, которые формируются в организации и определяют общую цель внутри компании. Также существует такое понятие как организационная культура. Организационная культура – это более широкое понятие, которое включает в себя и корпоративную культуру, и другие аспекты, такие как структура организации, системы управления, коммуникации и процессы. Отталкиваясь от определения, можно сказать, что корпоративная культура является частью организационной культуры. Она фокусируется на внутренней жизни организации и формирует основные ценности и принципы, которые положительно влияют на работоспособность сотрудников. В корпоративной культуре существуют структурные элементы такие как: **команда** – корпоративная культура организации формируется за счет людей, которые придерживаются традиций и ценностей фирмы, **миссия** – главная идея, которой придерживается компания. В миссии главное знать ответ на три ключевых вопроса: 1) Зачем мы находимся в компании? 2) Для чего компания существует? 3) Почему мы делаем то, что делаем? **Ценности** – общепринятые стандарты и правила поведения в компании, которые соблюдают все сотрудники. *Например: Уважение сотрудников по отношению друг к другу.* **Правила поведения на работе** – строгое соблюдение определенных норм для всех сотрудников. *Например: Штрафы за опоздания и не соблюдение графика.* **Корпоративная символика** – отражает индивидуальность и сплоченность компании, это может быть слоган, логотип, фирменный стиль.

Не мало важную роль играют типы корпоративной культуры их существует 4 типа: 1) **Клановая культура** – этот тип культуры иногда называют

«семейной», в ней присутствуют равные участия сотрудников и руководителей, а также демонстрация сильной лояльности. 2) **Адхократическая культура** – это стиль управления и организации, в котором принятие решений осуществляется на основе индивидуальной инициативы и творческого подхода, а не на основе жестких правил и процедур. В такой культуре ценятся способность к инновациям, гибкость, быстрота реакции на изменения внешней среды. 3) **Рыночная культура** – это соперничество сотрудников друг с другом. Руководители непоколебимы и требовательны. Зато команду объединяет нацеленность на победу, стремление к успеху и забота о репутации. Достижения измеряются проникновением на рынки, увеличением доли, конкурентным ценообразованием. 4) **Иерархическая культура** – характеризуется: Отбором кандидатов с помощью рейтингов и баллов, чётким распределением полномочий по принятию решений, превосходством процедур и инструкций над людьми. Организацию с такой культурой объединяют формальные правила и политика компании. Главным для сотрудников является выполнение предписанных им должностными инструкциями функций. В свою очередь, руководители должны быть рационально мыслящими организаторами и координаторами.

Приведем примеры каждого типа корпоративной культуры из жизни.

Клановая культура: Toyota придерживается принципа "уважение к людям": она придает большое значение развитию своих сотрудников, создавая условия для их профессионального роста и личностного развития. Она акцентирует внимание на сотрудничестве и командной работе, поощряя открытость и сотрудничество между разными отделами и уровнями компании. Ярким примером того, как работает культура Toyota, стало поведение компании во время кризиса конца 40-х годов прошлого века. Несмотря на то, что экономика находилась в депрессии, продажи упали и банки призывали к массовым увольнениям, компания продолжала думать о людях. Руководитель компании сам ушел в отставку и предложил уволиться тем, кто хочет это сделать добровольно, сократив число рабочих ненасильственным способом.

Затем было решено создавать резервные денежные фонды на случай кризисных ситуаций, а также осторожнее подходить к найму штатных сотрудников, начав политику привлечения временных работников. Toyota решила никогда не доводить ситуацию до необходимости увольнять сотрудников, и придерживается этого постулата по сей день.

Адхократическая культура: Существование команды «Яндекс» практически в любом виде спорта, соответственно, совместные выезды и отдых сотрудников, видеозапись памятных моментов, традиция отмечать День Рождения, как сотрудников, так и компании, предоставлять подарки сотрудникам от организации. У них есть комплекс обрядов, один из которых торжественное вручение дипломов при повышении квалификации и участии в каких-либо научных конкурсах. Стоит сказать о том, что практически каждый работник знает миссию, цель, задачи и структуру своей организации. Благодаря этому, можно сделать вывод, что каждый сотрудник знает свое место в компании, знает и то, что от него требуется и какие функции в его ведении.

Рыночная культура: Amazon всегда ставит интересы своих клиентов на первое место. Компания стремится предоставить им наилучший сервис и широкий ассортимент товаров. Она уделяет большое внимание качеству предоставляемых услуг, продуктов и процессов. Также активно работает над улучшением своих процессов, снижением времени доставки и улучшением опыта клиентов. Всегда ставит перед собой амбициозные цели и стремится к их достижению. Она всегда идет впереди трендов и стремится к лидерству в своей отрасли. Принимает быстрые решения, а связано это с принципом "рисковать и устанавливать высокие стандарты", который ограничивает бюрократию и способствует быстрому развитию и инновациям. Рыночная культура компании Amazon подразумевает стремление к превосходству на рынке, развитие новых идей и решений, а также постоянную адаптацию к меняющимся требованиям и ожиданиям клиентов.

Иерархическая культура: Корпоративные ценности Газпрома —

профессионализм, инициативность, взаимное уважение. В работниках ценится ответственный и бережный подход к использованию активов, собственному рабочему времени и рабочему времени других работников. Газпром соблюдает принцип преемственности, который предполагает уважение к труду и опыту старших поколений, общение начинающих с ветеранами труда, профессиональное обучение и наставничество. Для эффективного взаимодействия работников и руководителей налажены корпоративные коммуникации: используются интранет-порталы, информационно-справочные системы, в том числе корпоративные, «горячие линии». В компаниях Группы проводятся конференции, совещания и информационные встречи руководителей с персоналом для обмена информацией. Также корпоративные коммуникации в Газпроме используются для получения обратной связи от работников в частности, с использованием механизмов анкетирования и интервью.

Как сформировать и внедрить корпоративную культуру. Она может формироваться стихийно и целенаправленно. Пример стихийного процесса можно увидеть в отделе продаж, где сотрудники, обнаружив общий интерес к футболу, объединились для занятий. Начав с аренды зала для тренировок, они привлекли внимание других отделов, и компания решительно поддержала новую инициативу.

Такие стихийные элементы культуры могут приносить пользу, создавая спонтанные и позитивные традиции. В данном случае, ежемесячные соревнования стали неотъемлемой частью корпоративной жизни. В отличие от стихийности, целенаправленное формирование культуры предполагает активное вмешательство руководства. Лидеры опираются на свой опыт, ценности компании и мнение сотрудников, чтобы разработать и внедрить конкретные правила и традиции.

Такие меры позволяют более четко определить желаемые аспекты корпоративной культуры, но могут столкнуться с сопротивлением коллектива, если не учитывать его потребности и мнения. Для того чтобы корпоративная

культура способствовала успеху компании, важно найти баланс между стихийным и целенаправленным формированиями. Постепенное внедрение, учитывающее инициативы сотрудников и стратегические цели руководства, позволит создать устойчивую и эффективную корпоративную культуру.

Важно понимать, что при правильно структурированной корпоративной культуре сотрудники компании будут четко понимать значимость своей работы и собственную ценность, за счет чего её успех будет возрастать.

Литература

1. Ссылка: <https://sustainability.gazpromreport.ru/2018/2-people-inside/2-5-corporate-culture/>
2. Ссылка: <https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-korporativnaya-kultura/>
3. Ссылка: <https://vc.ru/hr/208999-ty-drug-ili-boss-tipy-korporativnyh-kultur>
4. Ссылка: https://briefly.ru/layker/korporativnaia_kultura_toyota/

