

image not found or type unknown



Как корпоративная культура организации влияет на мотивацию сотрудников? Для того, чтобы ответить на этот вопрос, я считаю нужным раскрыть определение «корпоративной культуры» то, как я его понимаю.

Итак, корпоративная культура – это система ценностей, правил, норм, идеализируемый образ поведения сотрудников, который формируется управленцами компании, то, как они стремятся видеть свою организацию.

Корпоративная культура формируется осознанно то, есть она формируется целенаправленно, ее субъектом является управленческая команда организации и, следовательно, объектом непосредственно сотрудники компании. Так же корпоративная культура может фиксироваться в «Положении о корпоративной культуре» фирмы, чтобы каждый сотрудник мог с ним ознакомиться, либо она может существовать негласно, которой должен придерживаться каждый сотрудник.

На мой взгляд, отвечая на поставленный вопрос в начале эссе, корпоративная культура напрямую влияет на мотивацию сотрудников.

Во-первых, корпоративная культура способна удовлетворять потребность человека в социальном статусе и причастности, например, к делам компании, а также способствовать его самовыражению.

Во-вторых, качество системы корпоративного управления обусловлено культурой доверия. Доверие сотрудников компании и руководству само по себе является необходимым условием формирования эффективного управления персоналом.

В-третьих, грамотно сформированная организационная культура может являться мощным мотивирующим фактором. Она позволяет добиваться стабильного позитивного настроения и максимальной отдачи, формировать более гармоничные отношения на работе и получать удовольствие от обязанностей.

Мотивационная программа, основанная на материальной составляющей, оставаясь затратной, психологически истощает себя достаточно быстро, не оказывая решающего влияния на работоспособность и лояльность персонала. В то же время, организационная культура, ориентированная на интеграцию личных и

профессиональных целей затрагивает внутренние факторы мотивации. Поэтому затраты на формирование устойчивой организационной культуры будут иметь более долгосрочный эффект, нежели материальное стимулирование.

Согласно Джеймсу Л. Хескетту, культура «может дать дополнительно 20-30% корпоративной эффективности по сравнению с «культурно обыкновёнными конкурентами».

Сильная культура начинается с заявления о видении или заявления о миссии. Эти простые обороты речи определяют ценности компании и предоставляют ей цель. Эта цель, в свою очередь, направляет каждое решение, которое принимают сотрудники. Ассоциация болезни Альцгеймера, например, посвящена «миру без болезни Альцгеймера». Оксфордский комитет помощи голодающим предполагает «справедливый мир без бедности». Заявление о видении является простым, но основополагающим элементом культуры.

Ценности компании являются ядром ее культуры. В то время как видение ясно формулирует цель компании, предложение ценностей дает ряд рекомендаций по способам поведения и мышления, необходимым для достижения этого видения. Ценности Google могли бы быть лучше всего ясно сформулированы их известной фразой: «Не навреди!». Но они также хранятся в их «десяти вещах, которые точно правильны».

Ни одна компания не может развить последовательную культуру без людей, которые разделяют ее базовые ценности или обладают готовностью и способностью принять эти ценности. Именно поэтому у самых больших фирм в мире также имеются самые строгие политики набора. Люди придерживаются культуры, которая им нравится, и привлечение правильных «транспортных компаний культуры» укрепляет культуру, которую уже имеет организация.

Завершая свое эссе, я бы хотела отметить, что любая организация стремится максимально эффективно использовать потенциал своих работников, создавая все условия для наиболее полной отдачи сотрудников на работе и для интенсивного развития их потенциала. Для того чтобы люди хотели отдавать все свои силы и знания на благо родного предприятия, необходимо особая внутренняя атмосфера, общая идея компании. А воплощается эта идея в корпоративной культуре. Корпоративная культура представляет собой большую область явлений материальной и духовной жизни коллектива: доминирующие в нем моральные нормы и ценности, принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, традиции, которые формируются с момента образования организации и

разделяются большинством ее сотрудников. И можно сделать вывод, что если организация не занимается процессом формирования организационной культуры, не придает ей должного значения, то она обречена на провал, так как выжить в современных рыночных условиях компания может только с сильной сплоченной командой всего персонала, то есть с эффективной корпоративной культурой.