



Совсем недавно почти никто не знал словосочетания «корпоративная культура», хотя в реальности она существовала всегда. С целью определения роли и влияния последней на управление организацией необходимо рассмотреть её этимологическое понимание.

Итак, культура есть совокупность коллективно разделяемых ценностей, убеждений, эталонов поведения индивида, группы, общества в целом.

Корпоративная культура в узком смысле представляет собой систему связей, взаимодействий и отношений, осуществляющихся в рамках конкретной деятельности в конкретной организации; это система символов и образцов поведения, представлений, ценностей, разделяемая большинством членов организации; это совокупность подходов организации к различным действиям и мероприятиям, ее коллективное мировоззрение и дух.

Таким образом, предлагается трактовать корпоративную культуру как совокупность господствующих в организации ценностных представлений, норм и образцов поведения, определяющих смысл и модель деятельности сотрудников независимо от их должностного положения и функциональных обязанностей.

Корпоративная культура включает в себя целый ряд компонентов

- представление о миссии (предназначении) организации, ее роли в обществе, основных целях и задачах деятельности;
- ценностные установки (понятия о допустимом и недопустимом), сквозь призму которых оцениваются все действия сотрудников;
- модели поведения (варианты реагирования) в различных ситуациях (как обыденных, так и нестандартных);
- стиль руководства организацией (делегирование полномочий, принятие важных решений, обратная связь и пр.);
- действующая система коммуникации (обмен информацией и взаимодействие между структурными подразделениями организации и с внешним миром, принятые формы обращения «начальник-подчиненный» и «подчиненный-начальник»);

- нормы делового общения между членами коллектива и с клиентами (другими учреждениями, представителями власти, СМИ, широкой общественностью и т. д.);
- пути разрешения конфликтов (внутренних и внешних);
- принятые в организации традиции и обычаи (например, поздравление сотрудников с днем рождения, совместные выезды на природу и т. д.);
- символика организации (слоган, логотип, стиль одежды сотрудников и пр.).

При этом данные компоненты должны приниматься и поддерживаться всеми членами коллектива.

Многие руководители рассматривают корпоративную культуру как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения организации и отдельных лиц на общие цели, мобилизовать инициативу сотрудников, обеспечивать лояльность и облегчать общение.

Таким образом, исходя из сказанного, можно сделать следующие выводы и обобщения: корпоративная культура позволяет проводить сотрудникам организационную идентичность, определяет внутригрупповое представление о компании, являясь важным источником стабильности и преемственности в организации. Знание основ организационной культуры своей компании помогает новым работникам правильно интерпретировать происходящие в организации события, определяя в них все наиболее важное и существенное. Организация, не занимающаяся формированием корпоративной культуры в последствии обречена на провал, поскольку развиваться в современных рыночных условиях может только организация со сплоченным коллективом. Корпоративная культура способствует поддержанию доверительных отношений в коллективе, что зачастую является сильной мотивацией для сотрудников организации. Это же в свою очередь обеспечивает меньшую текучесть кадров и эффективную работу людей на благо организации.