

Рачинская И.Р. Стратегическое управление организационной культурой компании // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2017. – № 06 (июнь). – АРТ 284-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 338.242

Рачинская Ирина Романовна

студентка 4 курса, факультет корпоративной экономики и
предпринимательства

Научный руководитель: Красовская О.С., ассистент
Новосибирский государственный университет управления и экономики
(НИНХ)

г. Новосибирск, Российская Федерация
e-mail: international@nsuem.ru

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРОЙ КОМПАНИИ

Аннотация: в рамках представленной статьи проведен анализ процесса стратегического управления организационной культурой компании ООО «Компромисс».

Ключевые слова: организационная культура, стратегия, управление, компания, ресурсы, прогнозирование.

Rachinskaya Irina

4nd year student, faculty of corporate Economics and
entrepreneurship

Supervisor: O. Krasovskaya, assistant
Novosibirsk state University of management and Economics
Novosibirsk, Russian Federation

STRATEGIC MANAGEMENT OF THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF THE COMPANY

Abstract: Within the framework of the presented article the analysis of the process of strategic management of organizational culture of the company «Compromise».

Keywords: organizational culture, strategy, management, company, resources, forecasting.

Современные экономические и конкурентные условия на рынке обуславливают необходимость изучения организационной культуры компании. На первое место встают процессы модернизации и реформирования отечественных компаний, необходимые для повышения уровня конкурентоспособности до международного. [1]

Выбранная для исследования компания ООО «Компромисс» занимается строительными работами в Новосибирске. Организация не занимает лидирующих позиций на рынке и стратегический рост компании не находится на стабильном уровне, именно поэтому актуальность темы исследования заключается в необходимости применения стратегического планирования в различных аспектах экономической деятельности современной компании. Организационная культура является одним из факторов, который способствует повышению стоимости предприятия и его капитализации. Для компаний, работающих в сфере услуг, она является дополнительной возможностью для развития, а также повышения социальной и экономической эффективности. Для этого требуется применение аналитических технологий и реформирование корпоративной культуры. В связи с этим учредители компаний заостряют свое внимание на

методах разработки корпоративной культуры. В ходе современных исследований было доказано, что корпоративная культура организации и ее стратегия взаимосвязаны, что обеспечивает новые возможности в управлении предпринимательской деятельностью.

В наше время вопросы о стратегическом управлении корпоративной культурой в фирмах остаются малоизученными. Поэтому очень важно теоретический и практический анализ в данной области.

Стратегией предприятия называют определенный алгоритм, с помощью которого компания достигает заданной цели. В свою очередь, корпоративная культура подразумевает исполнение целей, внутрикорпоративных норм, правил и принципов, которые выработались в коллективе компании.

Естественно, что для хорошего функционирования предприятия ООО «Компромисс» необходимо, чтобы корпоративная культура была направлена на достижение целей предприятия. Однако этого невозможно достичь исключительно путем приказов. Сотрудник не будет следовать нормативам, которые не удовлетворяют его личных целей.

Для ориентирования сотрудников на достижение целей предприятия необходимо сопоставлять цели компании и работников, а также поощрять деятельность членов команды посредством разнообразных премий, выплат, повышений. В этом случае нормы и правила функционирования, направленные на достижение целей компании будут соответствовать нормам, которые направлены на личные цели сотрудников организации. [2]

Стоит обратить внимание, что разработка стратегии основывается на конкретной задаче и состоит из системы интегрированных целей. Потому основным вопросом является цель, которая поставлена компанией во время создания. И уже основываясь на этой цели формируется стратегия.

Для повышения восприятия и понимания ценностей компании ее сотрудниками применяется формирование норм и принципов этики, которые направлены на объяснение необходимых стандартов поведения сотрудников компании. Большинство компаний для этого применяют специально разработанные этические кодексы компаний, в которых описываются стандарты поведения сотрудников, раскрываются ценности организации, а также описаны этапы и схему проведения обучающих этических курсов.

Следующий этап при внедрении и формировании корпоративной культуры ООО «Компромисс» – укрепление ценностей компании, что способствует выработке у сотрудников желаемой модели поведения. Чтобы добиться этого, требуется проведение корпоративных мероприятий, с помощью которых будут формироваться и внедряться в практику функционирования компании определенные традиции, ритуалы, фирменные символы. Корпоративные ценности устанавливают некоторые поведенческие модели сотрудников, а также способствуют формированию их реального поведения. Для каждого сотрудника соответствие корпоративным ценностям является единым условием его работы в компании.

Результатом всего этого является переход корпоративных ценностей в практическое функционирование компании ООО «Компромисс».

Когда корпоративная культура сформирована, необходимо проводить ее диагностику, которая подразумевает выявление моментов несоответствия курсу стратегии. Корпоративная культура и корпоративная стратегия компании сильно взаимосвязаны, поэтому они должны быть гармоничны и при необходимости дополнять друг друга. [3]

Необходимо сказать, что диагностические мероприятия должны проводиться как по окончанию формирования корпоративной культуры, так и до этого. Если при диагностике выявляется несоответствие корпоративной культуры и выбранной корпоративной стратегии, корпоративную культуру необходимо изменить. В случае соответствия культуры и ценностей сотрудников корпоративным целям и стратегии компании, совершается следующий этап в управлении корпоративной культурой, который заключается в ее поддержании.

Под изменением корпоративной культуры подразумевается декларирование новых корпоративных ценностей и укрепление их на уровне подсознания у всех сотрудников. При отсутствии правильной и тщательной оценки культуры компании, будет практически невозможным осуществление стратегических изменений всей команды управления. И все же достижение успешной реализации организационной стратегии компанией невозможно, если в этом не будут участвовать наемные сотрудники (услуги аутсорсинга), которые точно знают и понимают как достичь поставленную цель. Как говорил генеральный директор IBM Луи В. Герстнер: "Культура – это не просто один из аспектов игры, это и есть игра". [4]

Потому в процессе стратегического управления в исследуемой компании ООО «Компромисс» нельзя оставлять без внимания менеджмент корпоративной культуры, а также ее формирование и направление в необходимую для компании сторону. Естественно, формирование и менеджмент корпоративной культуры является очень сложным процессом, который нуждается в больших затратах времени, усилий, а также в высоком профессионализме руководства компании. И все же, правильная культура, выполняющая все свои цели и функции, способствует формированию

особенного образа компании, который будет отличать ее от других компаний. Этот факт позволяет потребителю выделить компанию среди схожих с ней. А положительный имидж способствует повышению конкурентного уровня на рынке.

Список использованной литературы:

1. Арсланбеков Б.У. Повышение эффективности управления предпринимательской деятельностью в сфере услуг: автореф. дис. ...канд. экон. наук. - М., 2012
2. Лапуста М. Г. Предпринимательство. - М.: ИНФРА-М, 2013.
3. Крайников А. Особенности корпоративной культуры предприятия // Кадровый вестн. - 2013. - № 12.
4. Наумов М. Организационная культура как фактор долгосрочной конкурентоспособности // Управление компанией. - 2012. - № 7.

Дата поступления в редакцию: 20.06.2017 г.

Опубликовано: 20.06.2017 г.

© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2017

© Рачинская И.Р., 2017