

**Кирдасинова К.А.,  
Амангелді Ә.**

*Универстет технологии и бизнеса  
г. Нур-Султан, Казахстан*

## **КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА, КАК ОСНОВА ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ**

В современных условиях для успешного функционирования организации недостаточно просто придерживаться определенных стандартов, напротив, руководителю фирмы необходимо обратить внимание на гибкие стратегии ведения бизнеса, которые способствуют позиционированию имиджа организации на рынке. Для этого производится переоценка важности ресурсов компании, в ходе которой на первый план выходит человеческий капитал. Эффективное взаимодействие с персоналом может значительно максимизировать прибыль компании [1]. Влиять на производительность сотрудников можно посредством корпоративной культуры, с помощью которой выстраивается не только коммуникация внутри компании, но также связь с внешней средой.

Согласно А. И. Пригожина, понятия «корпоративная культура» и «организационная культура» тождественные явления, но данные понятия находятся на различных этапах. «... Корпоративная культура – тип организационной культуры, который предельно связывает интересы персонала вокруг общей цели компании» [2].

В настоящее время актуальность корпоративной культуры отмечается все чаще. В основном все западные транснациональные компании, которые пришли на рынок Казахстана имеют свою формировавшуюся корпоративную культуру, а некоторые даже имеют столетнюю историю корпоративной культуры. В Казахстане тоже есть осознание, что грамотно сформированная корпоративная культура может стать конкурентным преимуществом компании. Большинство отечественных компаний пытаются подойти к этой теме серьезно и используют весь мощный потенциал корпоративной культуры на развитие имиджа компании.

Корпоративная культура определяется как комплект наиболее значимых предположений, которую принимает члены организации, и набором заявляемых ценностей компании, в свою очередь определяющих поведение членов организации. Корпоративная культура включает в себя идеи, взгляды, основополагающих ценности, которые разделяются членами организации. Общепринято считать, что именно ценности являются ядром, которая определяет корпоративную культуру, в общем. Ценности устанавливают стили

управления, стили общения с коллегами, и уровень мотивации сотрудников, активность и сплоченность сотрудников. Поэтому важно не ошибиться и не принять за корпоративную культуру исключительно набор внешних признаков, таких как, например униформа, обряды и другие признаки.

Но в то же время есть компании, в которых не уделяется достаточное внимание на внутреннюю корпоративную культуру, а иногда в некоторых компаниях даже вопрос о формировании или развития корпоративной культуры даже не ставится на повестку дня. В следствии если не решить данный вопрос, компания теряет свое конкурентное преимущество, и сотрудники остаются не удовлетворенными своей работой, что в результате негативно сказывается на результатах труда сотрудника и эффективности компаний, в общем.

Есть случаи, когда в компаниях есть определенная корпоративная культура, но она не жизнедеятельная, потому что бытует мнение, что сотрудники компании не разделяют стиль, методы работы и ценности компании, или же возникают другие убеждения, которые негативно влияют на представление компании. Поэтому необходима четко сформулированная корпоративная культура для того, чтобы каждый сотрудник в компании знал о целях и ценностях компании, о принятых нормах поведения в компании, в котором он (а) выполняет свою трудовую деятельность.

Бывает так же, что даже если в компании имеется своя корпоративная культура, возникает потребность ее изменении. Такая потребность возникает, когда сложившаяся корпоративная культура, то есть общие убеждения, и стиль работы приносит ущерб интересам компании.

Не так давно многие отечественные компании не знали термина «корпоративная культура». Но это не означало, что в стране корпоративной культуры не было вообще. Такие награды, как доска почета, значки для выдающихся работников, почетные грамоты, публичные благодарности являются яркими примерами о существовании корпоративной культуры в Казахстане.

Вопрос о формировании и развития корпоративной культуры становится актуальным, с выходом Казахстана на международный рынок, с процессом создания имиджевой компаний, сертификацией по международным стандартам и развитием корпоративного управления. Однако, еще не пришло время сказать что корпоративная культура в Казахстане сформировалась, она только начинает развиваться, и чтобы ускорить этот процесс, важно учитывать особенности страны.

Потому как в истории человечества есть примеры того что полный отказ от собственных механизмов управления трудового поведения и точное копирование Западных ценностей приводит к появлению «демонстрационного эффекта». Этот эффект выражается в склонности подражать в стиле, образе и в методах управления западным странам, заимствование их стиля и образа

жизни, но при этом невозможности создать устойчивые производственные и предпринимательские ориентаций и установок.

Ниже перечисляется несколько версий, объясняющих демонстративный эффект:

1. Слишком быстрое разрушение традиционной системы ценностей и институтов, не создавая взамен новый уровень культуры, на котором устойчивые традиционные основы массового сознания и новые ценности могут взаимодействовать, форсируя друг друга.

2. Отечественная экономическая ментальность относится к «восточному» типу культуры, а реформаторы хотят применить западную модель развития для страны.

3. В стране имеется несоответствие пространства и времени. К огромным пространствам страны применяются западные критерии времени, а ритмы Запада и Казахстане не совпадают. Страна живет в своем природно-обусловленном темпе, и старания значительно повысить эффективность производства на многих отечественных организациях в основном не приводят к успеху.

Таким образом, корпоративная культура - это системная характеристика имиджа организации, проявляющаяся на индивидуальном, межличностном, внутрикорпоративном и общесоциальном уровнях и включающая в себя знаково-символический (фирменный стиль), ценностно-смысловой (корпоративные ценности, цели, миссия, мировоззрение) и операционный (нормы и правила корпоративного поведения, стиль управления, психологический климат) компоненты. Корпоративная культура обеспечивает высокую внутреннюю интеграцию и внешнюю адаптацию (устойчивость развития организации и сотрудников, успешность достижения целей) организации.

### Список литературы

1. Капитонов Э. А., Зинченко Г. П., Капитонов А. Э. Корпоративная культура: теория и практика. М.: Альфа-Пресс, 2005. С. 57.
2. Пригожин А. И. Методы развития организаций. М.: МЦФЭР, 2003. С. 697.