

Бобкова Вера Сергеевна

Магистрант

Направление: Менеджмент

Магистерская программа: Стратегический менеджмент и инновации

Основные принципы формирования корпоративной культуры компании

Аннотация. В статье проанализированы основные принципы формирования корпоративной культуры. Раскрыто содержание основных принципов корпоративной культуры компании.

Ключевые слова: корпоративная культура, принцип инклюзивности, принцип динамичности, принцип устойчивости, принцип инновационности.

Формирование корпоративной культуры – это не просто модный тренд, а необходимость, продиктованная изменениями в бизнес-среде. В условиях высокой конкуренции и постоянных изменений на рынке, компании начинают осознавать, что именно культура внутри организации может стать тем самым конкурентным преимуществом, которое выделит их среди множества других [1, с.232].

Корпоративная культура включает в себя не только ценности и нормы, но и повседневные практики, которые влияют на взаимодействие сотрудников и их отношение к работе.

Одним из ключевых факторов успешного формирования корпоративной культуры является вовлеченность сотрудников. Когда работники чувствуют себя частью команды, они более мотивированы и готовы вносить свой вклад в общее дело. Это требует от руководства не только создания комфортной рабочей атмосферы, но и активного участия в формировании ценностей компании. Например, регулярные встречи, на которых сотрудники могут делиться своими идеями и предложениями, могут значительно повысить уровень вовлеченности.

Также немаловажным аспектом является прозрачность внутренней политики.

Сотрудники должны быть уверены, что их мнения и идеи ценятся, а также понимать, как их работа влияет на общие цели компании. В этом контексте, развитие системы обратной связи становится важным инструментом для формирования доверия и открытости внутри коллектива.

Ключевым элементом корпоративной культуры является обучение и развитие. Компании, которые инвестируют в обучение своих сотрудников, не только повышают их квалификацию, но и демонстрируют свою заинтересованность в их будущем. Это создает атмосферу, где каждый чувствует, что может расти и развиваться вместе с организацией. Программы наставничества, курсы повышения квалификации и командные тренинги способствуют формированию сплоченной команды, готовой к совместным достижениям. Не стоит забывать и о социальных инициативах.

Участие в благотворительных акциях, экологических проектах или волонтерских программах помогает создать положительный имидж компании и укрепить командный дух. Сотрудники чувствуют гордость за свою организацию, когда она активно участвует в решении социальных проблем.

В целом, формирование корпоративной культуры - это комплексный процесс, требующий внимания и усилий со стороны руководства. Успех зависит от того, насколько глубоко и осознанно компания подходит к созданию своей уникальной культуры, учитывая при этом потребности и ожидания своих сотрудников. В конечном итоге, именно сильная корпоративная культура становится залогом устойчивого развития и процветания компании в условиях современного рынка.

Корпоративная культура не существует сама по себе. Она складывается в процессе деятельности организации и развивается параллельно с развитием организации. Ее невозможно представить, как независимое явление или объект. Она проявляется во всех видах деятельности и в отношениях этой организации. Существуют два способа формирования корпоративной культуры: стихийный, когда корпоративная культура складывается под действием неуправляемых факторов и процессов и научный, в основу которого положены научные методы и модели ее формирования [4, с. 236].

Корпоративная культура не существует в изоляции, а является результатом

взаимодействия множества факторов, включая социальные, экономические и культурные аспекты, которые влияют на формирование ценностей и норм поведения внутри компании [3, с. 150].

Следующим важным аспектом является принцип динамичности. Корпоративная культура подвержена изменениям, и её развитие зависит от внешних и внутренних факторов.

Например, изменения в законодательстве, экономической ситуации или потребительских предпочтениях могут требовать адаптации корпоративной культуры для обеспечения конкурентоспособности. Кроме того, внутренние изменения, такие как реорганизация, смена руководства или внедрение новых технологий, также могут повлиять на культурные нормы и ценности.

Также следует отметить принцип инклюзивности, который подразумевает, что формирование корпоративной культуры должно учитывать мнения и потребности всех членов организации. Это способствует созданию атмосферы доверия и сотрудничества, что, в свою очередь, повышает мотивацию сотрудников и их вовлеченность в процессы компании. Важно, чтобы каждый сотрудник чувствовал себя частью команды и понимал, что его мнение имеет значение.

Принцип устойчивости также играет ключевую роль в формировании корпоративной культуры. Устойчивые ценности и нормы поведения должны быть закреплены в сознании сотрудников, чтобы они стали частью их профессиональной идентичности. Это достигается через обучение, наставничество и регулярное обсуждение корпоративных ценностей на собраниях и тренингах. Лидеры должны активно демонстрировать эти ценности в своих действиях и решениях, чтобы они стали неотъемлемой частью повседневной практики.

Наконец, принцип инновационности подразумевает, что корпоративная культура должна поощрять креативность и новаторство.

В условиях быстро меняющегося рынка компании необходимо адаптироваться и внедрять новые идеи и подходы. Создание среды, где сотрудники могут свободно делиться своими мыслями и предлагать новые решения, способствует развитию инновационной культуры, что является важным конкурентным преимуществом.

Процесс формирования корпоративной культуры требует комплексного подхода, учитывающего множество факторов и принципов [2, с.111]. Лидеры организаций должны быть готовы инвестировать время и ресурсы в развитие культуры, которая будет поддерживать стратегические цели компании и способствовать её успешному развитию в долгосрочной перспективе. В конечном итоге, сильная корпоративная культура может стать основой для устойчивого роста, высокой производительности и конкурентоспособности на рынке.

Можно сделать вывод, что принципы, выделенные различными авторами, имеют общую суть, некоторые из них описаны в более широком смысле, что поможет более точно определить их при формировании корпоративной культуры предприятия.

Таким образом, для того, чтобы добиться полной идентификации сотрудников с организацией, необходимо проводить целый комплекс последовательных мер, начиная с тщательного отбора кандидатов для приема на работу в организацию. Уже на начальном этапе в ходе отборочных собеседований с кандидатами необходимо выявить тех, чьи личностные черты и система взглядов в значительной мере не отвечают культуре организации или противоречат ей.

Литература

1. Гарафутдинова А.Р. современные тренды в управлении корпоративной культурой организаций / Устойчивое развитие социально-экономической системы Российской Федерации: Сборник трудов XXVI Международной научно-практической конференции, Симферополь, 13 ноября 2025 года. – Симферополь: ООО «Издательство Типография «Ариал», 2025. С. 231-233.

2. Колесников А.В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов. – М.: Издательство Юрайт, 2025. 167 с.

3. Организационная культура: учебник и практикум для вузов / под редакцией В.Г. Смирновой. – М.: Издательство Юрайт, 2025. 306 с.

4. Тамонова В.О. Современные подходы к формированию корпоративной культуры / Актуальные проблемы общественных наук: Материалы научно-практической конференции студентов и преподавателей, посвященной 80-летию

Великой Победы советского народа над фашизмом и 70-летию исторического образования в ЛГПУ имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, Липецк, 22 апреля 2025 года. – Липецк: Липецкий государственный педагогический университет им. П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2025. С. 235-239.

@Бюллетень магистранта 2026 №1