DOI 10.37539/2949-1991.2026.46.11.017
УДК 331.44

Ляшко Ирина Игоревна,
кандидат наук по государственному управлению, доцент,
доцент кафедры государственного управления и права
Мариупольский государственный университет им. А.И. Куинджи
Lyashko Irina Igorevna,
Mariupol State University named after A.I. Kuindzhi

ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КОМПАНИИ: ФАКТОРЫ МОТИВАЦИИ И ПУТИ УПРАВЛЕНИЯ
FORMING A COMPANY'S CORPORATE CULTURE: MOTIVATION FACTORS AND MANAGEMENT STRATEGIES

Аннотация. В статье рассмотрена сущность корпоративной культуры организации. Выявлены основные факторы мотивации персонала компании. Определены пути управления мотивацией в современных рыночных условиях.

Abstract. The article examines the essence of an organization's corporate culture. The main factors motivating the company's personnel are identified. The ways to manage motivation in today's market conditions are defined.

Ключевые слова: Корпоративная культура, компания, управление, факторы мотивации, персонал компании.

Keywords: Corporate culture, company, management, motivation factors, company personnel.

В современных условиях рыночной среды очень важным для компании является формирование целенаправленной корпоративной культуры, которая способствовала б сплочению коллектива с разными материальными и духовными ценностями.

Корпоративная культура является методом мотивирования персонала для достижения стратегической цели организации, которая включает распределение трудового, интеллектуального и творческого потенциала кадров. В случае дефицита квалифицированных кадров, руководство компании вынуждено набирать молодой персонал с небольшим стажем работы, которым необходима адаптация на месте работы.

Как показывают исследования, данная проблема нашла отображение в ряде мировых наук: психологической, социологической и управленческой. Зарубежными авторами, такими как Д. Вудвордом, Т. Питерсом, Р. Уотерманом были исследованы психологические реалии экономических взаимоотношений различных социальных субъектов, и коллективов, вовлеченных в профессиональную деятельность [1, 4].

Среди отечественных исследователей особого внимания заслуживают работы М.Д. Ронзиной, в которых акцент делается на формирование нового типа мотивации у предполагаемого персонала компании, что особенно актуально в новых рыночных условиях. Это дает возможность самореализации, самовыражения в профессиональной деятельности персонала, как в организации, так и в самой жизни [5].

Однако, несмотря на достигнутые успехи в исследовании данной проблемы, следует отметить недостаточность разработки влияния корпоративной культуры на вновь принятый молодой персонал компании.

Поэтому актуальным является выявление основных факторов мотивации молодого персонала, а также путей управления ими в условиях формирования корпоративной культуры фирмы.

Следует отметить, что в современных условиях человеческие ресурсы приобретают стратегическое значение, что способствует экономическому успеху компании. Для эффективного управления необходимо объединение людей, обладающих средствами производства, а также способностью к труду и потреблению в единый социальный организм с определенной корпоративной культурой.

Отличительной чертой современной корпоративной организации является партнерские отношения двух сторон: управляющих и управляемых. Однако управление взаимодействием молодых сотрудников в возрасте 21-30 лет с давно работающими коллегами, их мотивацией, приводит к значительным затратам времени, а также материальных и нематериальных ресурсов. В связи с этим были выделены факторы, способные влиять на молодой персонал, а именно: корпоративный дух, проведение разных праздников в течение года, нормы и стандарты корпорации, образцы поведения, цели и миссия организации, корпоративный стиль [2].

Как показывает проведенное исследование, важными мотивирующими факторами корпоративной культуры компании для молодого персонала являются показатели:

- корпоративная миссия и цели (составляет около 20%, чем быстрее фирма получает намеченную прибыль, тем выше зарплата персонала);
- корпоративный дух, нормы и стандарты (составляет около 18%, это дрэс – код, поведение, отношение к клиентам и сотрудникам);
- корпоративные праздники и проблемы (примерно 11%, это улучшение микроклимата в организации и другое).

Необходимо отметить, что данные факторы корпоративной культуры не связаны непосредственно с решением производственных задач и достижением стратегических целей, а проявляются в межличностном общении, что приводит зачастую к трудностям при управлении.

Исследование данных факторов позволяет понять общий стиль корпорации. Но, несмотря на то, что каждая организация обладает своей спецификой работы и имеет свою культуру, достижение корпоративной цели является ее главным назначением.

На основе проведенных исследований можно выявить инструменты управления, оказывающие воздействие на факторы мотивации, применяемые для развития и формирования корпоративной культуры, а именно: формализация миссии, совместная разработка и внедрение норм и правил поведения в деятельность персонала.

Кроме того, целесообразным является применение таких эффективных инструментов управления, как поддержание традиций и ритуалов; фирменный стиль одежды; корпоративная газета; собеседование при приеме на работу; корпоративное обучение; корпоративные праздники; конкуренция [3].

Очевидно, что система мотивации является важной основой политики компании по привлечению и удержанию перспективного молодого персонала. Для достижения целей организации важным является заинтересованность сотрудников, чтобы можно было максимально использовать их трудовой, интеллектуальный и творческий потенциал.

Таким образом, при целенаправленном формировании корпоративной культуры компании необходимо учитывать весь комплекс экономических и внешнеэкономических систем управления и построение системы мотивации в целом.

Список литературы:

1. Вудворд Д. Современные информационные технологии совместной работы. – М.: Легенда, 2000. – 224 с.

2. Капитонов Э.А., Капитонов А.Э. Корпоративная культура.– Ростов-на-Дону: ОАО Росиздат, 2001.- 384 с.

3. Колесников А.В. Корпоративная культура современных организаций: учебное пособие.- М.: Альфа- Пресс, 2011. - 448 с.

4. Питерс Т., Уотерман Р.. В поисках эффективного управления. — М.: Издательство «СМЕНА», 2000. — 263 с.

5. Ронзина М.Д. Корпоративна культура как инструмент управления персоналом // Известия ЛЭТИ, -2005.- №2.- С. 47-51.