

Казанова П.А.

Студент

Забайкальский государственный университет

Чита, Россия

**КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ГЛАЗАМИ РАБОТНИКОВ
УЧРЕЖДЕНИЙ СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ
ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ**

Аннотация. В статье определено понятие организационной культуры, представлены определения нескольких авторов. Среди работников учреждений социального обслуживания проведен опрос о понятии корпоративной культуры с их точки зрения, проведено сравнение определения «корпоративная культура» с научной точки зрения и точки зрения работников. Сделаны выводы о внедрении и развитии корпоративной культуры в учреждениях социального обслуживания Забайкальского края, о ее влиянии на деятельность учреждения.

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная культура, управление персоналом, учреждение социального обслуживания, Забайкальский край

Kazanova Polina

**CORPORATE CULTURE THROUGH THE EYES OF
EMPLOYEES OF SOCIAL SERVICE INSTITUTIONS OF THE TRANS-
BAIKAL TERRITORY**

Annotation. The article defines the concept of organizational culture, and presents definitions by several authors. A survey was conducted among employees of social service institutions about the concept of corporate culture from their point of view, and a comparison was made between the definition of "corporate culture" from a scientific point of view and the point of view of employees. Conclusions are drawn about the introduction and development of

corporate culture in social service institutions of the Trans-Baikal Territory, and its impact on the institution's activities.

Keywords: corporate culture, organizational culture, personnel management, social service institution, Trans-Baikal Territory

В современном мире корпоративная (организационная) культура является важной составляющей любой организации, рычагом управления и предметом влияния как на внутреннюю среду организации, так и на внешнюю.

То есть внутри организации корпоративная культура может повлиять на персонал, его работу, продуктивность и эффективность производства продукции или создания услуг. Также корпоративная культура может воздействовать на кадровую политику организации, на развитие всех аспектов организации и планирование дальнейшей деятельности организации.

Влияние организационной культуры на внешние факторы предполагает влияние на потребителей организации, конкурентов, поставщиков и других субъектов внешней среды. Также организационная культура помогает организации создать свой имидж, а иногда и собственный бренд.

Термин «организационная культура» впервые начал упоминаться в начале XX века в трудах учёных, занимавшихся изучением систем управления организаций¹. Однако за столетнюю историю своего существования данное понятие не обрело единой универсальной трактовки, так как каждый автор представлял свое видение этого явления. Это обусловлено сложностью как самого феномена организационной культуры, так и отсутствием однозначной интерпретации родового для него понятия «культура».

¹ Косарская Е.С. Организационная культура: учебное пособие. Тверь, 2020. – С.4.

Американский психолог швейцарского происхождения, теоретик и практик менеджмента Э. Шейн определил, что культура организации – это совокупность коллективных базовых правил, изобретенных, открытых или выработанных определённой группой людей по мере того, как она училась решать проблемы, связанные с адаптацией к внешней среде и внутренней интеграцией, и разработанных достаточно хорошо для того, чтобы считаться ценными². Л. Элдридж, А. Кромби дали следующее определение культуры организации. Культура организации – это уникальная совокупность норм, ценностей, убеждений, образцов поведения и прочее, которые определяют способ объединения групп и отдельных личностей в организации для достижения поставленных перед ней целей³. Ученый И. В. Грошев под организационной культурой понимал систему ценностей и норм, разделяемых большинством членов организации, обеспечивающую мотивацию и регуляцию их деятельности, а также являющуюся средством адаптации организации к внешней среде⁴. Американский учёный Г. Морган предположил, что организационная культура – это один из способов осуществления организационной деятельности посредством использования языка, фольклора, традиций и других средств передачи основных ценностей, убеждений, идеологии, которые направляют деятельность предприятия в нужное русло⁵.

Организационная культура является сложным организационным феноменом, сочетающим производственные, экономические, социальные и культурные аспекты деятельности организации, а также отражающим мотивационный механизм реализации его инновационного и трудового потенциала.

² Чегринцова С. В. Организационное поведение: учебное пособие. Тверь, 2023. С. 19.

³ Косарская Е. С. Организационная культура: учебное пособие. Тверь, 2020. С. 5.

⁴ Некрасов И.С. Организационная культура государственных служащих: понятие, типология, носители и критерии оценки // Вестник ГУУ. – 2014. № 20. С. 201

⁵ Косарская Е. С. Организационная культура: учебное пособие. Тверь, 2020. С. 6.

Существует много и других определений и точек зрения для определения понятия «организационная культура», выдвинутых различными учеными в области управления, психологами и социологами. При этом эти определения широко распространены в научной среде, но сотрудники организаций не всегда знакомы с данными понятиями. Многие работники могут лишь предположить, что включает в себя понятие корпоративной культуры. Стоит отметить, что и не все работодатели знают достаточно о корпоративной культуре, о ее элементах и влиянии на деятельность организации.

Так среди работников учреждений социального обслуживания Забайкальского края был проведен опрос «Что Вы понимаете под корпоративной культурой». В опросе приняло участие 50 человек, 36 женщин и 14 мужчин, в возрасте от 24 до 58 лет. Респонденты давали определение понятию «корпоративная культура» с их точки зрения.

Большая часть респондентов (96%) говорила о том, что под корпоративной культурой понимается взаимоотношения в коллективе, внутренняя коммуникация между подразделениями. Положительная корпоративная культура предполагает взаимовыручку, взаимопомощь и поддержку со стороны коллег, умение поддержать разговор и совместные усилия при достижении результата работы.

Также 86% респондентов отметили, что в корпоративную культуру входят выезды на природу, спортивные, соревновательные и развлекательные мероприятия (например, мероприятия в честь Нового года, Дня социального работника и иных праздников). 64% опрошенных добавили к совместным мероприятиям коллективный трудовой десант (уборка территории, работа в огороде, сбор урожая). При этом лишь незначительная часть опрошенных работников (8%) отметила, что в понятие корпоративной культуры входит совокупность норм, ценностей, правил, традиций учреждения. При опросе 90% респондентов были

удивлены, что понятие корпоративной культуры намного шире, чем было предположено работниками учреждений социального обслуживания.

Многие сотрудники, особенно персонал рабочих профессий, не знают цели и задачи работы своего учреждения, не знают, какие ценности и традиции есть в учреждении. Работники не думают, что в понятие корпоративной культуры входит создание бренда и имиджа учреждения. Во многих учреждениях социального обслуживания Забайкальского края есть свой логотип, который руководство мало продвигает, как уникальный символ учреждения. Работодатели не осознают важность внедрения и развития корпоративной культуры. Многие руководители не думают, что корпоративная культура служит элементом управления как персоналом, так и организацией, обеспечивает мотивацию и регуляцию деятельности персонала, является средством адаптации учреждения к внешней среде

Не во всех учреждениях четко сформулированы цели и задачи работы учреждения, не прописана миссия учреждения, не определены нормы правила и ценности поведения, что влияет на развитие учреждений социальной сферы, их способность изменяться и приспосабливаться в связи с развитием технологий, изменений законодательства, рынка труда и иных внешних факторов.

В учреждениях социального обслуживания Забайкальского края наблюдается большая нехватка рабочей силы, в частности медицинского персонала, специалистов по социальной работе, рабочих. Слабо развитая корпоративная культура влияет на работу учреждения, на привлечение новых сотрудников, в частности молодых специалистов. В связи с нехваткой кадров и появлением большого числа работодателей наблюдается высокая конкуренция за кандидатов. При этом молодое поколение начинает выдвигать новые требования к работодателям. В частности они касаются теперь не только уровня зарплаты, но и атмосферы

в коллективе, культуры менеджмента и управления, корпоративных ценностей, возможности профессионального развития и карьерного роста.

Различные исследования дают работодателю понять, что корпоративная культура играет большую роль при выборе кандидатом будущей организации. По данным hh.ru, для соискателей в возрасте 18–24 лет идеальная работа – та, что приносит положительные эмоции, а не стресс. Это условие важно для 63% представителей этой возрастной группы. Для 61% также важно, чтобы начальник вел себя уважительно, а в коллективе были хорошие отношения. Для 57% молодых работников в приоритете баланс личной жизни и работы. При этом 25% соискателей не готовы работать там, где им не нравится, даже за высокую оплату.

Современная молодежь при выборе работодателя оценивает корпоративную культуру уже со знанием того, из каких элементов она состоит. А работники сферы социального обслуживания мало информированы в этой области. Работодателям стоит уделять больше внимания на развитие своей корпоративной культуры. Им следует оценить состояние корпоративной культуры в данный момент, выявить недостающие звенья, продумать цели, задачи, ценности, нормы и правила. Это поможет улучшить уровень корпоративной культуры, что повлияет на персонал, его мотивацию и работу, и в итоге приведет к эффективной работе и развитию всего учреждения.

Использованные источники:

1 Косарская Е.С. Организационная культура: учебное пособие / Е.С Косарская. – Тверь: Тверской государственный технический университет, 2020. – 104 с.

2 Некрасов И.С. Организационная культура государственных служащих: понятие, типология, носители и критерии оценки / И.С. Некрасов // Вестник ГУУ. – 2014. №20. – С. 200-206.

3 Чегринцова С. В. Организационное поведение: учебное пособие / С. В. Чегринцова. – Тверь: ТвГУ, 2023. – 236 с.

4 Работа в Москве, поиск персонала и публикация вакансий. – Текст: электронный // hh.ru: [сайт]. – 2025. – URL: <https://hh.ru/article/32404>. – (дата обращения: 25.01.2025)