

CORPORATE CULTURE IN MODERN BUSINESS: TYPES, LEVELS AND BEST EXAMPLES. THE FORMATION OF CORPORATE CULTURE IN THE ENTERPRISE IS FORMED IN THE FORM OF CORPORATE CULTURE

Aminjonov Firdavs Abdulahatovich.

Under the Cabinet of Ministers
National Anti-Doping Agency
Doping control officer

Abstract: The urgency of the topic is to increase the efficiency of employees of many grand organizations and companies today and to convey the history of the origin of corporate culture.

ZAMONAVIY BIZNESDA KORPORATIV MADANIYAT: TURLARI, DARAJALARI VA ENG YAXSHI MISOLLARI. KORXONADA KORPORATIV MADANIYATNI SHAKLLANTIRISH KORPORATIV MADANIYAT SHAKLDA SHAKLLANADI

Aminjonov Firdavs Abdulahatovich

Vazirlar Mahkamasi huzuridagi
Milliy Antidoping Agentligi
Doping nazorat ofitseri

Mavzuning dolzarbligi, hozirgi kundagi ko'plab grand tashkilot va kompaniyalarning xodimlari samaradorligini oshirish va Korporativ madaniyatning kelib chiqish tarixini yetkazishdab iborat.

Yangi korxonalar bozorda paydo bo'lgan va uzoq vaqt davomida ish olib borgan va taniqli bo'lgan har qanday kompaniya o'z-o'zidan (tabiiyki ijobiy) ma'lumot olib borishdan manfaatdor. Tashkilotning vakolatli lideri bu uchun ozgina ma'lumot sababidan foydalanadi. Masalan, ish joylarida, tabassum moda modellari bilan bir qatorda siz har doim bir nechta fotosuratlarini bajarishingiz mumkin. umumiy direktorlar Ularga tegishli bo'lgan ma'lumotlar bo'lgan kompaniyalar.

Shu bilan birga, menejerlarni tasvirlashda katta pul mablag'larini jalb qilish, ko'pincha kompaniyalar haqida ma'lumot tashish va ba'zi hollarda ular mijozlarga xizmat ko'rsatish holatida qatnashadilar. Albatta, iste'molchilarga nisbatan ma'ruzachi munosabat, ichki davrda bo'lgani kabi, deyarli hech qachon topilmadi. Ammo, bundan avvalgi kabi, supermarketda tozalash vositasi xaridorning poyabzali, soqchi poyafzalini artib, hujjatni oq ehtiyotkorlik bilan olib borishi mumkin. Shaxsiy va oilaviy muammolaringizni begonalar ishtirokida muhokama qilish.

Nega doimo biz buni uchratamiz? Bunday befarq mijozlarga bunday befarqlik uchun nima sabab bo'ladi? Kadrlar bilan bog'liq bo'lgan xodimlarning xatti-harakatlarida, oynada bo'lgani kabi, bu kompaniyada qanday buyruqlar yaratilgan. Agar psixologik iqlimga ega bo'lsa, boshliqlar orasida juda ko'p, qarama-qarshiliklar va nizolarni bo'ysundiradi va bu mijozlarga ishlov berishga mudiradi va natijada kompaniya imidjiga ta'sir qiladi.

Tashkilotdagi xodimlarning bunday xatti-harakatlarining sabablari katta to'plam bo'lishi mumkin, ularning aksariyati kadrlar siyosati bilan bog'liq va madaniyatli biznesning asosiy poydevorini bilmaslik.

Muvaffaqiyat aksioma juda oddiy: kompaniyaning asosiy yutug'i - bu xodimlar. Xodimni har doim ishlashga yaxshiroq harakat qilish yaxshiroq. Sovet davrida, huldning taxtalari, bepul vaucherlar, o'n uchinchi maoshi o'n uchinchi maoshi porladi. Hozirgi kunda ko'plab rahbarlar yana malakali kadrlar boylik va ko'paytirishingiz kerakligini anglay boshlaydilar.

Jamoatchilik bilan aloqalardagi faol rivojlanayotgan yo'nalishlardan biri bu ichki korporativ PR, korporativ madaniyatni shakllantirishdir.

"Korporativ madaniyat" tushunchasi ushbu asrning yigirma asrning yigirma yigirma yillarida, yirik firma va korporatsiyalardagi aloqalarni soddalashtirish, shuningdek, iqtisodiy, tijorat infratuzilmasining infratuzilmasi va ularning joylarini xabardor qilish kerak bo'lgan Sanoat aloqalari.

Korporativ madaniyatning shakllanishi barcha xodimlar uchun barcha xodimlar uchun majburiy me'yoriy standartlardan foydalanishga yordam beradi.

Hozirgi vaqtda korporativ madaniyat - bu menejment kabi bir nechta bilimlarning bir nechta sohalarida bo'lgan tadqiqotning idoraviy sohasidagi tadqiqot maydonidir tashkiliy xatti-harakatlar, sotsiologiya, psixologiya, madaniy tadqiqotlar.

1. Korporativ madaniyat va uning vazifasi tushunchasi

XIX asrda "Korporativ madaniyat" atamasi paydo bo'ldi. U nemis Feldmarshal Moltke tomonidan shakllantirilgan va uni qo'llagan, u ofitserdagi munosabatlarni tavsiflovchi. O'sha paytda, bu munosabatlar nafaqat ustaxonalar, ammo dumellar tomonidan tartibga solingan: Saber chang'i ofitserning "korporatsiyasi" ga majburiy atribut bo'lgan. Xulq-atvor qoidalari ichida yozilgan va bo'shliqda rivojlanmagan professional jamoalar O'rta asrlardagi gildinglarda va ushbu qoidalarining buzilishi ularning a'zolaridan tashqari o'z a'zolari bundan mustasno.

Hozirgi vaqtda korporativ madaniyatga binoan (korporativ madaniyat) tashkilotdagi atmosfera yoki ijtimoiy muhitni tushunadi. Shu bilan birga, korporativ madaniyatning shakllanishi murakkab va ko'p o'lchovli vazifadir. Qaroridan (ya'ni korporativ madaniyatning muvaffaqiyati), ko'p jihatdan biznes muvaffaqiyatlariga bog'liq.

Ichki PRning vazifalaridan biri korporativ madaniyat - boshqaruv vositalarini shakllantirish - bu korporatsiya xodimlarining mehnat unumdorligini oshirish va jamoatchilik ko'zlarida ijobiy imidjni, korxonada hurmatni yaratishga yordam beradi.

Korporativ madaniyatning asosiy komponentlari

Korporativ madaniyatning asosiy elementidir. PR menejerlarining muayyan xatti-harakatlari orqali ular o'zlarini butun tashkilot bo'ylab namoyon etishadi va uning maqsadlari va siyosati bilan aks ettirilgan. Qadriyatlar Kompaniyada qabul qilingan asosiy mafkuraviy o'simliklar va g'oyalarni o'z ichiga oladi.

Qiyamatlar har bir xodimning har bir qiziqishlari va ehtiyojlari va ishchi guruhining manfaatlari va ehtiyojlarini qondiradi, bu esa u bilan band bo'lgan, butun korporatsiya va umuman jamiyat.

Korporativ madaniyatning normativ ahamiyati Kessiya shaklida korporatsiyaning muhim belgilari va o'rnatilishiga urg'u berayotgan shior va shiorlar mavjud. (Ko'rsatilgan korporatsiyaning bir tomoni va vizitasi va vazifasi o'rtasidagi muloqot zarurati - boshqa tomondan).

Kompaniyada, rahbarlari va PR-bo'lim va o'z-o'zidan pastki qismining ongli sa'y-harakatlarini shakllantirishlari mumkin. Ular, qoida tariqasida, avloddan ishchilar va ishchilarning avlodiga ko'ra metaforik voqealar, hazillar shaklida mavjud. Ular kompaniya tarixi, keyingi rivojlanish, "Maqsadlar - ta'sischi" ning hayoti va faoliyati bilan bog'liq va umumiy korporativ qadriyatlar xodimlariga olib kelish uchun vizual, majoziy, yashash shaklida ishlab chiqilgan.

Korporativ madaniyatning xususiyatlari ko'pincha faoliyat sohasi bilan belgilanadi. Masalan, ichida moliyaviy sektor Bu aniqroq, qat'iy, xodimlarning xatti-harakatlari aniq bo'yalgan, aloqa uslubi yanada rasmiydir. Savdo sektorida korporativ madaniyat ko'pincha juda xilma-xil bo'lib, farqlanadi; Qoida tariqasida, axloqsizlik, aloqa, aloqa uslubida kamroq shakllangan, ko'proq demokratik; Energetika, iqtibos, ma'ruza qabul qilinadi.

Tashkilotning korporativ madaniyatiga muvofiq, xodimlar xatti-harakatlarning qoidalari va normalariga rioya qiladilar. Xulq-atvor qoidalari va normalarini tashkillashtirish, xodimlar o'rtasidagi munosabatlar, shuningdek, korporatsiyalar, korporatsiyalar, korporativ xatti-harakatlar kodlari, va boshqalar.

Biznes kodi, qoida tariqasida uchta qoidadan iborat:

Xavfsizlikni taqiqlash (ushbu tashkilotda ushbu tashkilotda boshim, bosh og'rig'ining buzilishini taqiqlash, bosh og'rig'ini taqiqlashni taqiqlash),

Masalan, tashkilotga sodiq qolish uchun ijodiy tashabbus ko'rsatish tavsiya etiladi). Agar u korporativ madaniyatning ruhiy va amalga oshirilganligi to'g'risida qabul qilingan bo'lsa, biznes kodi aloqa kodi aloqa kodi aloqalarni va menejerlarning ishini engillashtiradigan va samaradorligini oshiradigan tashkilot xodimlarining munosabatlari va xatti-harakatlarini tartibga solinadigan darajada harakat qila boshlaydi.

Kompaniya faoliyatining markazida, albatta, korporativ falsafani anglatadi, joylashtirilgan, axloqiy va nizom normalarining batafsil taqdimoti, ular kompaniya xodimlari tomonidan boshqariladigan tamoyillarning batafsil taqdimoti. Korporativ falsafa jamoatchilik shartnomasi tomonidan bezatilgan ichki tashkiliy tamoyilning vazifasini bajaradi.

Ko'pchilikda asosiy kalitlar "Sifat", ishonch, "mukammallik", "mag'rur", "g'amxo'rlik" kabi tushunchalar. Biroq, har qanday printsiplarda, ular o'zlari tomonidan amalga oshirilmaydi - bu ularga sodiqlik muhitini shakllantirish kerak. Xodimlar ular haqida bilib olishlari, ularni tushunish, baholash va qo'llab-quvvatlash, shunda odamlar ushbu printsiplarga amal qilishlari kerak. PR-erkaklar ularga yordam berishlari kerak, bu belgilangan pozitsiyalarni bitta to'liq va ularni amalga oshirishni rejalashtiradi.

Bunday birikmaning muhim vositalaridan biri bu xodimlarning tamoyillarini yaxshiroq amalga oshirish va ulardan keyin ularni amaliyotda doimiy ravishda foydalanishga, shuningdek, o'zgarishlarga osonlikcha moslashishga imkon beradigan korporativ treninglardir. Shuni ham ta'kidlash kerakki, korporativ qoidalar va qonunlar mavjud davlat qonunlari va qoidalariga zid kelmasligi kerak, ammo ko'pincha korporativ falsafa xodimlari tomonidan qonun loyihasi tomonidan taqdim etilayotgan ko'proq qat'iylik talablarini bajarish uchun. Har qanday tashkilotni rivojlantirish uchun korporativ madaniyatning ahamiyati bir qator holatlar bilan belgilanadi.

Birinchidan, bu xodimlarga tashkilotning tashkiliy identifikatori, kompaniyaning ichki g'oyasini tashkil etadi, bu tashkilotda barqarorlik va uzluksizlik manbai bo'lib, muhim fikrni belgilaydi. Bu xodimlarni tashkilotning o'z-o'zidan ishonchliligi va uning nuqtai nazarini yaratadi, ijtimoiy ta'minot hissi paydo bo'lishiga yordam beradi.

Ikkinchidan, uning kompaniyasining tashkiliy madaniyatini bilish yangi xodimlarga yangi xodimlarni tashkilotda sodir bo'lgan voqealarni to'g'ri talqin qilishga, ularni eng muhim va ahamiyatli deb belgilashga yordam beradi.

Uchinchidan, boshqa bir narsa, boshqa narsadan ko'proq, o'z-o'zini anglash va uning oldidagi vazifalarni bajaruvchi xodimning o'zini o'zi anglashini rag'batlantiradi. Bunday odamlarni tan olish va qadrlash, tashkiliy madaniyat ularni rol modellari (taqlid uchun namuna) sifatida belgilaydi.

Barcha mavjud tashkilotlar noyobdir. Ularning har biri o'z tarixi, tashkiliy tuzilishi, aloqa turlari, vazifalar turlari va vazifalarni belgilash tartibi, ularning umumiy korporativ madaniyatini shakllantirish va noyob korporativ madaniyatni shakllantirishda tashkiliy marosimlar va afsonalarda. Ko'plab tashkiliy ekinlar tarixiy jihatdan xarakterga ega, ammo yaqinda ularning ta'siri va roliga qarshi kurash tendentsiyasi.

Xulosa qilib aytganda, zamonaviy biznesda korporativ madaniyat va turlari, darajalari qanday rivojlangan bo'lsa, biznesning rivojlanishi, ish samaradorligi ham shunday o'sishda bo'ladi.

Foydalanilgan Adabiyotlar

1. Ansoff I. Yangi korporativ strategiya. - SPb.: PiterKom, 1999.
2. V. V. Goncharov Menejmentni takomillashtirishni qidirishda: Katta menejment uchun qo'llanma. - M.: Suvenir, 1999 yil.
3. Druker P. XXI asrda boshqaruv vazifalari. - M.: Uilyams, 2000 yil.
4. Kravchenko V.F. Tashkiliy muhandislik: o'quv qo'llanmasi. - M.: Oldin, 1999.
5. Fatxutdinov R.A. Ishlab chiqarishni tashkil etish. - M.: INFRA-M, 2000 yil.
6. Internet sahifasi: # "oqlash">. Kuznetsov I.N. Ishbilarmonlik etikasi. - M.: Dashkov va K, 2007
7. Petrunin Yu.Yu., Borisov V.K. Ishbilarmonlik etikasi. - M.: Delo, 2004 yil.