

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

**«Корпоративная культура и этика: проблемы формирования»
на примере предприятия ООО «АРТО-С»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 483 группы
направления 38.03.01 Экономика
профиль Экономика предпринимательства
экономического факультета
Граблиной Наталии Сергеевны

Научный руководитель:

к.э.н.доцент

О.А. Шлякова

Зав.кафедрой

к.э.н. доцент

Е.В. Огурцова

Саратов – 2017

Введение

Актуальность выбранной темы выпускной квалификационной работы: «Корпоративная культура и этика: проблемы формирования» заключается в анализе ресурсов, инструментов корпоративной культуры и этики, применяемых в изучаемой компании "АРТО-С" и выявление наиболее результативных технологий возможных к применению для данной компании, исходя из ее целей и миссии.

Выбор темы обусловлен тем, что корпоративная культура и этика напрямую связаны с коммерческим успехом компании. Очень мало работ современных экономистов посвящено изучению данного вопроса, однако корпоративная культура и этика достаточно молодое, и, безусловно, перспективное направление экономического развития фирмы. Если сотрудники компании понимают насколько важна их работа, чувствуют, что их уровень профессионализма позволяет компании быть успешной – такая команда позволит фирме достичь высоких результатов. На современном рынке труда существует очень сильная конкурентная борьба между работодателями за возможность привлечь грамотных специалистов. В свою очередь соискатели имеют возможность выбирать компанию из множества предприятий. Принципы и методы работ, используемых в деятельности организации, мотивация сотрудников, выстраивание отношений между сотрудниками - все это важнейшие факторы в борьбе компании за квалифицированные кадры. Наличие в компании высококвалифицированных специалистов благоприятно сказывается на деятельности любой компании, но этого мало. Эффективность любой деятельности выражается как отношение результата к затратам, ориентированное на стремление максимизировать результат, приходящийся на единицу затрат. Для достижения экономической эффективности необходимо, чтобы работники гордились своей компанией, чувствовали причастность к деятельности и фирмы и осознавали свой вклад в развитие. При условии достижения качественных показателей – возрастут количествен-

ные показатели эффективности. При этом учитывается не только результат деятельности (желаемый, планируемый, прогнозируемый, достигнутый), но и рассматриваются условия, при которых он достигнут. Продуктивность как оценка результата деятельности, отражает не только возможность обеспечения роста и развития, но и способность стимулировать прогрессивные структурно-качественные изменения.

Цель исследования - описать проблемы формирования и развития корпоративной культуры и этики. Обобщить теоретические знания и результаты, полученные в практической работе. Сделать выводы.

Задачи исследования: На основании теоретического материала определить понятие корпоративной культуры и этики; Рассмотреть технологию формирования корпоративной культуры и ее развитие в зарубежных компаниях и в России; Определить элементы корпоративной культуры, влияющие на эффективность компании; Провести экономическую оценку корпоративной культуры предприятия; Оценить состояние и экономические перспективы компании «АРТО-С»; Показать практическое применение рассмотренных инструментов на примере проблем формирования корпоративной культуры и этики компании «АРТО-С».

Объектом исследования является корпоративная культура и этика организации на примере компании «АРТО-С».

Предметом исследования являются проблемы формирования корпоративной культуры и этики, возникающие в процессе развития в коллективе компании «АРТО-С».

Методологическая и теоретическая основа исследования.

Теоретической и методологической основой выпускной квалификационной работы послужили теоретические разработки и концепции ведущих зарубежных и отечественных ученых в области корпоративной культуры и этики. Статьи в научных сборниках и периодической печати; труды, исследования, монографии, экономистов по вопросам проблем формирования корпоративной

культуры и этики в России и за рубежом; материалы электронно-библиотечной системы Znanium.com.

В процессе реализации поставленных задач анализировались материалы и публикации Федеральной службы государственной статистики, Первой патентной компании, социально-экономические исследования независимых агентств, документы и материалы предприятия ООО «АРТО-С».

Структура выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа изложена на 67 страницах основного текста, она включает 3 главы, семь параграфов, введение, заключение, 5 приложений. Библиография включает более 70 источников. Выпускная квалификационная работы содержит таблицы, рисунки.

Основное содержание работы

Современные экономические условия в нашей стране и мире диктуют, как предпринимателям, так и крупным корпорациям, необходимость инновационных изменений не только в вопросах модернизации производства с учетом научно-технического прогресса, но и в способах управления фирмой. Управляя предприятием в период глобализации и интеграции необходимо, в не зависимости от формы, размера, характера деятельности компании, учитывать все факторы внешнего и внутреннего климата, которые влияют на жизнеспособность организации, ее способность конкурировать на рынке. Одним из таких факторов является корпоративная культура и этика.

Однозначно доказано, что корпоративная культура и этика влияют на эффективность деятельности предприятия. Превращение корпоративной культуры и этики, из инструмента культуры бизнеса в средство побуждения и объединения, является одним из рычагов повышения рентабельности функционирования предприятия. Многие современные руководители не только за рубежом, где корпоративная культура и этика сильно развита и давно взята на вооружение, но и постепенно в нашей стране, рассматривают корпоративную культуру, как сильнейшее средство, позволяющее нацелить персонал компании на общие

цели, стимулировать инициативность сотрудников и обеспечить результативное взаимодействие.¹

Корпоративная этика – это кодекс правил нравственного человеческого общения, система моральных принципов, регламентирующий отношения внутри одной организации и расставляющая акценты на стандарты взаимодействия с другими организациями. Субъектами корпоративной этики являются все работники компании без исключения - учредители, руководители и рядовые сотрудники организации. Суть корпоративной этики заключается в регулировании взаимоотношения представителей различных профессий, работающих в одной организации.

Корпоративная культура предприятия — это свод моделей поведения, убеждений, правил, способов общения, взглядов, подходов к работе, принятых и соблюдаемых большинством сотрудников организации. Культура организации позволяет сотрудникам находить наиболее приемлемый способ действия в различных ситуациях, возникающих в процессе работы.

Корпоративные нормы у каждой организации свои – как не бывает двух одинаковых людей, так и не бывает двух одинаковых компаний. Даже если предположить идентичные корпоративные ценности они получают различную динамику в каждой фирме. Это зависит в первую очередь от руководства компании, от того, какой климат будет создан в коллективе и на какие моменты будет сделан акцент.²

Примером корпоративных ценностей могут служить:

¹ Ивашковская И. В. Финансовые измерения корпоративных стратегий. Стейкхолдерский подход: Монография / И.В. Ивашковская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с.: 60х90 1/16. - (Научная мысль; Экономика). (п) ISBN 978-5-16-006874-9, 1000 экз.

² Вайсс, А. 101 идея для роста вашего бизнеса: Результаты новейших исследований эффективности людей и организаций [Электронный ресурс] / Антонио Вайсс; Пер. с англ. - М.: Альпина Пабlishер, 2014. - 401 с. - ISBN 978-5-9614-4833-7. (дата обращения 28.09.2016)

- Визитная карточка компании;
- Субординационный климат, отношение к старшинству и власти.
- Критерии назначения на руководящую должность.
- Отношение к людям.
- Структура организации работы и трудовой дисциплины
- Стилъ руководства.
- Стилъ принятия решений.
- Информированность.
- Стилъ внешних и внутренних коммуникаций.
- Социализация.
- Разрешение конфликтов.
- Эффективность работы.³

Высококвалифицированный работник ждет от организации не только материального вознаграждения за свой труд. Целый ряд социальных факторов привел к формированию значительной части современных работников, ожидания которых основаны на иной системе мотивации и интереса к компании, чем та, которая преобладала у предыдущего поколения работников. Современные сотрудники заинтересованы не только в материальном благополучии и росте заработной платы как результате продуктивности их работы, но и в том, что они будут психологически комфортно ощущать себя в организации, культурные ценности которой соответствуют их индивидуальности.

³ Болдогоев Д. Иванова, С. Развитие потенциала сотрудников: Профессиональные компетенции, лидерство, коммуникации [Электронный ресурс] / Светлана Иванова, Дмитрий Болдогоев, Эмма Борчанинова, Анна Глотова, Оксана Жигилий. — 5-е изд. — М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. — 279 с. - ISBN 978-5-9614-4582-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519328> (дата обращения 10.10.2016)

Нельзя забывать и о культурных традициях страны, края, особенностях менталитета области, в которой работает компания. Создавая корпоративную культуру, необходимо учитывать общественные идеалы, для более полного понимания ценностей компании сотрудниками организации, важно обеспечить разнообразное проявление элементов корпоративной культуры и этики в рамках организации. Постепенное принятие этих ценностей членами организации позволит добиваться стабильности и больших успехов в развитии организации.

Суть корпоративной культуры заключается в обеспечении единства ценности компании и каждого сотрудника. Цель корпоративной культуры – обеспечение высокой прибыльности фирмы, что может быть достигнуто благодаря грамотному управлению человеческими ресурсами и обеспечению лояльности сотрудников к руководству и принимаемым им решениям, воспитания у работников радужного отношения к предприятию.

В управленческой практике зарубежных стран разработаны многочисленные мероприятия и методы, направленные на формирование здоровой этической основы трудовых отношений в компаниях. В отечественных компаниях корпоративная культура формируется, в основном, под давлением западных общепринятых стандартов и присутствует в большинстве в совместных предприятиях – дистрибьюторские представительства, российско-зарубежные холдинги. Большое влияние на климат внутри компании оказывают российский менталитет и мировоззрение. Как следствие, в компаниях, которыми руководят иностранцы, корпоративная культура очень сильно разнится с российскими предприятиями. Эксперты, анализирующие модели корпоративных культур России сходятся во мнении, что корпоративная культура в нашей стране слабо-выраженная.

Корпоративная культура зачастую определяется сферой деятельности компании. В финансовой сфере она более определена, имеет строгие рамки, поведение сотрудников четко расписано, стиль общения более формальный. Корпоративная культура в секторе торговли разнообразна, самобытна и креа-

тивна. Допускается больше вариантов поведения, общения. Здесь приветствуется решительность, энергичность, напор и коммуникабельность.

Прямое копирование ценностей Запада российскими компаниями привело (во многих случаях) к появлению внешнего эффекта. Он выражается в стремлении подражать жизни западных стран (в образе, стиле, уровне и качестве жизни), но при этом не создает устойчивых производственных и предпринимательских ориентаций и установок.

Россия живет в своем природно-обусловленном темпе. Поэтому попыткам существенно повысить эффективность производства за счет привнесения элементов «западной» корпоративной культуры на предприятиях России или не приносят ощутимых результатов или тщетны.

Кроме того для создания и поддержания на должном уровне корпоративной культуры требуются средства, которые не всякая компания может отвлечь безболезненно для бизнеса. Значительное влияние на развитие корпоративной культуры России оказывают особенности кадровой политики компаний. Другой особенностью российской корпоративной культуры является смешивание личностных отношений и бизнеса. Что ведет к панибратству не только между сотрудниками компании, но и с бизнес-партнерами. Зачастую решения о сделке заключаются между руководителями в неформальной обстановке, а не за столом переговоров.

Эффективной корпоративной культурой может считаться та культура, которая гармонично сливается с организационной структурой компании, и помогает добиваться поставленных целей, задач и результатов. Корпоративная культура и этика постоянно требуют внимания. Меняется рынок и экономические условия; меняются цели при достижении ранее поставленных, перестраивается стратегия компании, ввиду изменения экономической ситуации, согласно этим изменениям происходят и реформы корпоративной культуры.

Наиболее важным и наиболее неоспоримым для компании элементом корпоративной культуры во внешней среде является, безусловно, бренд. Значение

фирменного стиля сложно недооценивать – в условиях практически неограниченного выбора, которым обладает современный потребитель, производитель просто необходимо использовать все возможные способы, которые позволят ему запомниться и выделиться на фоне конкурентов. Во многом, именно фирменный стиль как совокупность цветовых, графических, словесных и иных компонентов, связанных общей идеей, позволяет потребителю отличить полюбившийся ему товар от аналогичных предложений на рынке.

Первые исследования взаимосвязи корпоративной культуры и эффективности, принадлежат американскому ученому Д. Мейстеру.⁴ Он попытался выявить взаимосвязь между «корпоративной культурой и прибыльностью предприятия. Д. Мейстер выделил элементы корпоративной культуры, которые определяют финансовую успешность компании такие как: высокие стандарты - собирательный критерий, в который вошли личные качества сотрудников, их лояльность, высокая производительность; самосовершенствование; психологический климат в коллективе; лидерство; ориентацию на долгосрочные цели; справедливое вознаграждение; делегирование полномочий; удовлетворенность сотрудников.

Для тех, перед кем стоит задача разработки корпоративной культуры самым сложным этапом является доказательство того, что эффективная корпоративная культура и этика приведет к росту экономической прибыли фирмы. Из-за отсутствия четких методик расчета рентабельности многие компании отказываются применять корпоративную культуру. Дороговизна необходимых преобразований и затрат на их осуществление и является тем барьером, который препятствует внедрению на предприятиях корпоративной культуры и этики. При одном и том же качестве затраты на рабочую силу, оборудование, мате-

⁴ Мейстер, Д. Эргономические основы разработки сложных систем / Д. Мейстер; пер. с англ. Т. П. Бурмистровой, В. А. Цыпина; под ред. В. М. Мунипова / D. Meister: монография. - М. : Мир, 1979. - 455 с. : ил. ; 22 см. - Библиогр. в конце глав. - Предм. указ.: с. 451-453

риалы, и могут быть самыми различными. Уровень данных расходов и будет характеризовать производительность фирмы.

Понимание важности влияния культуры на результат появляется тогда, когда руководители совершают переход от декларации «люди – это наш основной ресурс» к реальному осознанию того, что отношение к работе – это краеугольный камень успеха. Именно это позволит задуматься над тем, что культурой можно управлять. Как показывает опыт, весь спектр работ более эффективен, если он опирается на формализованную систему ценностей. Это позволяет сформировать связку «ценность – цель – показатель эффективности». Если ценности «нерабочие», то и сотрудник «нерабочий», то есть в большей степени используются иные инструменты мотивации на эффективность.

Эффективность компании можно рассчитать с помощью:

Показателем эффективности корпоративной культуры может выступать фондоотдача, которая определяется как отношение стоимости выпускаемой за год продукции к общей стоимости основных средств производства;

Доля рынка представляет собой традиционный инструмент, с помощью которого можно оценить эффективность деятельности любого предприятия, а также спрогнозировать дальнейшие перспективы развития. Данный показатель определяет, какое место занимает фирма на соответствующем рыночном сегменте относительно своих конкурентов. Доля рынка отображает, насколько результативную маркетинговую деятельность ведет предприятие;

Темп роста является важным показателем, который характеризует увеличение прибыли, выработки продукции и т. д.;

Анализ эффективности деятельности организации невозможен без учета показателей рентабельности. Данный параметр демонстрирует то, насколько эффективно в компании используются имеющиеся экономические, трудовые, денежные и природные ресурсы;

Наряду с удовлетворенностью клиентов, удовлетворенность персонала является, наиболее устоявшимся показателем среди всех нефинансовых показате-

лей. Под термином «удовлетворенность персонала» подразумевается удовлетворенность сотрудников в отношении исполнения их ожиданий и потребностей в процессе исполнения своих трудовых обязанностей;

Качество товаров (услуг).

Заключение

Понятие корпоративная культура и этика существуют довольно давно, и имеет много определений. К максимально точно отражающим данный процесс определениям можно отнести следующие формулировки:

корпоративная культура – это сложившийся психологический климат работы в организации;

корпоративная культура – это система материальных и духовных ценностей, присущих определенной компании;

корпоративная культура – свод наиболее важных положений деятельности предприятия, определяемых его миссией и стратегией развития и находящих свое отражение в совокупности социальных норм и ценностей, которые разделяют большинство сотрудников.⁵

Понятие корпоративной культуры и этики напрямую связано со всеми аспектами жизнедеятельности внутренней среды компании:

- Отношения сотрудников друг с другом и руководством;
- Стиль руководства и способы контроля
- Удовлетворенность работников собой и компанией

Общие корпоративные ценности – это то, что объединяет людей различных профессий и должностей в единый организм, то, что является визитной карточкой компании.

⁵ Данилов-Данильян В. И. Некипелов, А. Д. Новая Российская энциклопедия [Электронный ресурс] : В 12 т.: Т. 3 (2): Бруней - Винча / Редкол.: А. Д. Некипелов, В. И. Данилов-Данильян и др. - М. : Энциклопедия, ИД ИНФРА-М, 2003. - 480 с. : ил. ; 84x108/16. - ISBN 5-94802-001-0 (Энциклопедия). - ISBN 5-16-002383-6 (ИНФРА-М). ISBN 978-5-94802-019-8 (т. 3(2)) (Энциклопедия) ISBN 978-5-16003-129-3 (т. 3(2)) (ИНФРА-М) (дата обращения 17.12.2016)

В странах зарубежья корпоративная культура давно и прочно завоевала свои позиции. В России корпоративная культура только начинает завоевывать популярность. Роль корпоративной культуры в современной экономике быстро возрастает. Все больше и больше российских компаний обращают на вопрос корпоративной культуры и этики пристальное внимание и выделяют значительные средства на финансирование формирования, развития и поддержания ее на должном уровне.

Они понимают, что в основе успешного бизнеса лежит грамотно сформированная, основанная на общих ценностях, корпоративная культура и этика.

Было проведено исследование корпоративной культуры и этики компании ООО «АРТО-С» и обнаружены проблемы формирования, несмотря на то, что компания еще довольно молода.

У компании не было выявлено серьезных конкурентных препятствий для вхождения на отраслевой рынок, однако проблемы корпоративной культуры и этики со временем могут тормозить развитие фирмы, вносить дисбаланс в ее работу и тем самым, снижать шансы для ее успешного дальнейшего развития.

Рекомендации по улучшению качества корпоративной культуры могут помочь компании на этапе становления предвосхитить еще большие проблемы, и своевременно отреагировав на уже существующие тем самым устранить препоны для дальнейшей эффективной работы.

Правильно сформированные корпоративная культура и этика улучшают климат внутри компании, формируют деловую репутацию, стимулируют сотрудников на достижение позитивных результатов в работе. Корпоративная культура и этика превращает персонал компании в слаженную команду, способную преодолевать любые трудности и решать сложные задачи по совершенствованию и развитию бизнеса.