

# **КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВЫХОДЕ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ**

*Широкородов И.В., магистрант ,  
Научный руководитель: Черная Л.В., канд. наук гос. упр., доц., доцент  
кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности  
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы  
при Главе Донецкой Народной Республики»*

**Постановка проблемы в общем виде.** В условиях усиления влияния глобализации и конкуренции, в мире наблюдается изменение приоритетов в развитии корпоративной культуры в пользу повышения ее роли в наращивании конкурентных преимуществ предприятий. Это связано с тем, что, выступая подсистемой организационной культуры, корпоративная культура аккумулирует совокупность прогрессивных ценностей, норм и моделей поведения, которые декларируются, делятся и реализуются на практике руководителями предприятий и персоналом, доказывая свою эффективность. Мировой опыт показывает, что лучше адаптируются к рыночным требованиям в условиях неопределенности предприятия, умело использующие корпоративную культуру в качестве инструмента формирования конкурентных преимуществ. К сожалению, в Донецкой Народной Республике не хватает такого опыта, а корпоративную культуру предприятия все еще воспринимают весьма ограничено, не уделяя ей должного внимания, традиционно недооценивая ее значение. Для большинства отечественных предприятий корпоративная культура остается практически незадействованным ресурсом, что приводит к торможению инновационных процессов и приобретению конкурентных преимуществ. Поэтому нерешенность проблемы затрудняет адаптацию отечественных предприятий к требованиям конкурентной среды и задачам выхода их на внешние рынки.

В связи с этим феномен корпоративной культуры привлекает особое внимание ученых и практиков, среди которых следует выделить труды М. Армстронга, Р.Акоффа, Т. Дила, К. Дэвиса, П. Друкера, А. Кеннеди, У. Оучи, К. Камерона, Р. Куинна, Дж. Ньюстрона, Р. Уотермена, Г. Хофстеде, С. Ханди, Э. Шейна. Достижения российской науки и практики в этом научном направлении представлены в работах В. Барина, А. Виханского, Г. Гордеева, Г. Кононова, Н. Михайловской, Т. Соломанидиной, М. Павловой, А. Радугина, И. Сокольникова, В. Спивака, В. Томилова и др. В работах этих ученых раскрыты сущность корпоративной культуры, рассмотрены ее различные типологии и подходы к оценке управления развитием корпоративной культуры. Вместе с тем, обобщение достижений экономической мысли показывает, что, несмотря на значительное количество научных исследований по управлению развитием корпоративной культуры предприятия и повышение актуальности этой проблемы, нерешенными окончательно остаются ряд теоретических и прикладных проблем. Так, проблема формирования корпоративной культуры применительно к предприятиям непризнанных Республик целенаправленно не изучалась.

**Цель исследования.** Обоснование организационных основ управления развитием корпоративной культуры отечественных предприятий как фактор повышения их конкурентоспособности в системе менеджмента.

**Изложение материалов основного исследования.** В настоящее время решающую роль в эффективном функционировании современного предприятия играет его корпоративная культура, обусловленная миссией и стратегией его развития. Такая культура создает неповторимую атмосферу, позволяющую отличить одно предприятие от другого, укрепляющую социальную стабильность, являющуюся инструментом, который помогает формировать поведение и отношения между работниками и осознание ими миссии, развивая приверженность целям предприятия.

В данном аспекте, корпоративная культура предприятия должна соответствовать международным и отечественным стандартам, а также

стратегии развития предприятия, поскольку наличие этого соответствия позволит создавать наиболее благоприятные условия, при которых сотрудники предприятия будут работать с более высокой производительностью, что, в свою очередь, повысит уровень его конкурентоспособности, поскольку производительность труда является одним из важнейших факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятия. Это связано с тем фактом, что высокая производительность труда приводит к увеличению производства продукции и улучшению качества оказания услуг, что, в свою очередь, отражает связь между конкурентоспособностью и производительностью труда.

Соответственно, эффективная и развитая корпоративная культура позволяет уменьшить расходы за счет уменьшения текучести кадров, повысить производительность труда, повысить уровень конкурентоспособности предприятия [1].

Взаимосвязь корпоративной культуры и уровня конкурентоспособности предприятия отображена на рис.1.

Механизм формирования корпоративной культуры предприятия предусматривает выделение этапов внедрения и принципов функционирования.

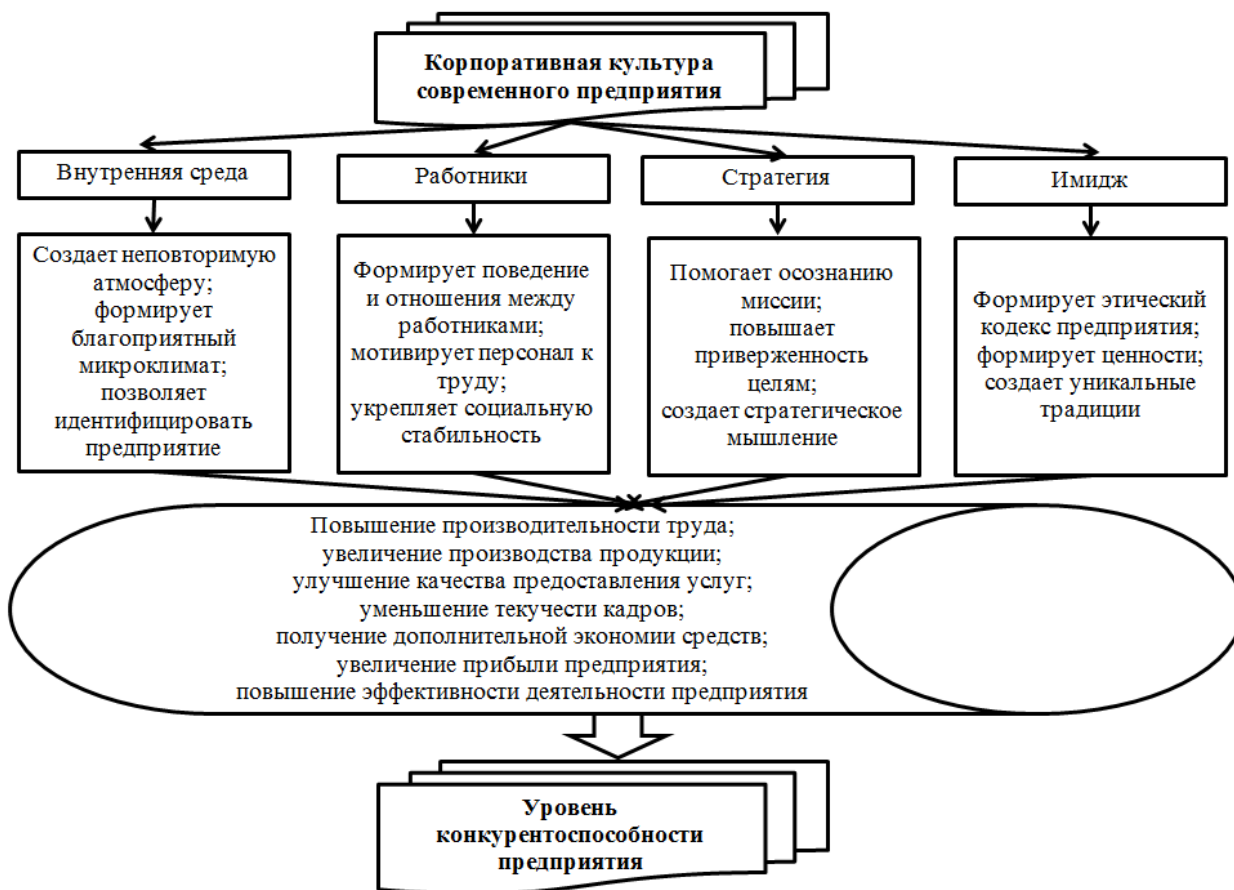


Рис. 1. Корпоративная культура и уровни конкурентоспособности предприятия

Внедрение эффективно действующей корпоративной культуры на предприятии можно свести к пяти этапам (рис. 2) [2].



Рис. 2. Этапы внедрения корпоративной культуры предприятия

Развитие корпоративной культуры современного предприятия необходимо рассматривать как обязательный атрибут улучшения социально-трудовых

отношений, который существенно влияет не только на повышение эффективности деятельности, но и на развитие персонала и реализацию человеческого капитала. В этой связи, можно отметить, что цель корпоративной культуры предприятия – это обеспечение высокой его доходности за счет максимизации эффективности производственного менеджмента и качественного улучшения деятельности предприятия в целом. Такие процессы происходят за счет совершенствования управления человеческими ресурсами для обеспечения лояльности персонала к руководству и принимаемым решениям, воспитывая у них позитивное отношение к предприятию, развитие способностей в деловых и личных отношениях, которые должны опираться на установленные нормы поведения и решать любые проблемы без конфликтов.

**Выводы.** Таким образом, обобщая сказанное, можно сделать вывод, что корпоративная культура – это система материальных и духовных ценностей, взаимодействующих между собой и отражающих индивидуальность предприятия, которые проявляются в поведении, взаимодействии и общении персонала между собой и с внешней средой. Чем сильнее корпоративная культура, тем сильнее предприятие, являющееся важнейшей составляющей стабильности экономической и общественной жизни государства. Соответственно, с усилением конкуренции появляется необходимость в создании дополнительных конкурентных преимуществ, одним из которых является корпоративная культура.

### **Список использованных источников**

1. Спивак, В. Корпоративная культура: теория и практика / В. Спивак. – СПб.: Питер, 2011. – 322 с.
2. Козлов В. Корпоративна культура / В. Козлов. – М. : Альфа-пресс, 2009. – 422 с.