

## ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ

Саблина Ю.Д.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

guskova\_s\_v@mail.ru

Сегодня на устах многих теоретиков и практиков такое понятие, как «корпоративная культура», которое как и многие другие термины организационно-правовых дисциплин, не имеет единого толкования. Согласно одному из толкований, *корпоративная культура* – это «система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющееся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды» [4. С. 5].

Корпоративная культура является стержневым структурным элементом имиджа организации; она подразумевает систему ценностей организации, воплощенных в различных сторонах ее деятельности (микроклимат, атмосфера, стиль руководства и ведения бизнеса, нормы и правила, производственные традиции и т. д.) [3].

Корпоративная культура является неотъемлемым элементом имиджа компании; подразумевает систему ценностей компании, которые воплощаются в различных сторонах её деятельности, будь то стиль руководства, ведение бизнеса, атмосфера, нормы и правила и т.д. Корпоративная культура выполняет ряд функций. Перечислим основные из них:

- корпоративная культура обеспечивает положительный имидж организации в глазах партнёров по бизнесу, а также инвесторов;
- способствует достижению более высоких показателей деятельности самой компании;
- является одним из ключевых факторов стратегии развития организации;
- способствует развитию мотивации в работе сотрудников: положительная устойчивая мотивация персонала – залог успеха всей компании.

Основная идея существования компании заключается в развитии её корпоративной культуры, которая включает в себя также *организационную культуру*. Организационная культура, в свою очередь, является одним из главных показателей и фактором управления внутрикорпоративным имиджем, который оказывает прямое и косвенное влияние на внешний имидж компании.

Исходя из этого, корпоративная культура определяет совокупность правил и норм, которые должны соблюдать сотрудники организации. Эти нормы определяются исходя из стратегии и миссии самой компании. Корпоративная культура, тем самым, «служит имиджевым целям – позиционирования и идентификации специалиста и организации, определяя, где «мы», а где – «они», наши конкуренты» [1].

Внутри организационной культуры компании корпоративная культура играет роль своеобразного фильтра. Таким образом, если человек, который пришёл работать в компанию, принимает её правила, то и руководство поощряет его и способствует карьерному росту. Деловой этикет является универсальным инструментом формирования индивидуального и корпоративного имиджа организации. Соблюдение правил делового общения является основой корпоративной культуры и благоприятно позиционирует любую организацию или конкретную персону.

Сегодня имидж является одной из самых важных характеристик компании. Он играет большую роль в повышении её конкурентоспособности и привлечении к ней партнёров и клиентов. *Имидж* в данном случае выступает как инструмент для решения определённых задач. Его главной особенностью является то, что имидж сам является объектом управления [2]. Создание позитивного имиджа становится возможным благодаря усилиям компании, её непосредственной деятельности, которая направлена на формирование корпоративной культуры.

Таким образом, мы можем увидеть прямую зависимость улучшения имиджа компании от совершенствования всех элементов корпоративного управления, в частности, прозрачности её деятельности и открытой информированности общественности, а также корпоративной культуры. В результате при совершенствовании корпоративной культуры и корпоративного управления повышается имидж и деловая репутация компании [5]. Это связано с увеличением нематериальных активов, имеющих прямую зависимость от позитивного имиджа организации, при наличии стабильных деловых связей и известности компании, а также её продукции.

Значимое влияние на деловую репутацию оказывает характер отношений компании не только с партнёрами и клиентами, но также и с обществом в целом, ведь общественности не всё равно, какие социальные принципы заложены в основу её работы, при помощи каких средств компания достигает своих целей, как она выполняет свои обязательства. Именно поэтому так важно заботиться об имидже организации в целом, и начинать стоит с корпоративной культуры.

Многие российские и западные предприниматели сегодня пришли к выводу о том, что процветает именно та фирма, в которой создан сплочённый коллектив, где каждый заинтересован в общем успехе самой компании, так как от этого зависит их материальное благополучие. Быстрее всех добиваются успеха те фирмы, коллектив которых имеет хорошо развитую корпоративную культуру.

Подводя итог, можно с уверенностью утверждать, что корпоративная культура как идеология компании наделяет имидж смысловым содержанием. Корпоративная культура как система ценностных ориентиров и установок, принимаемая сотрудниками организации, формирует её имидж как особый психологический образ. Таким образом, работа над имиджем является одной из стратегических целей эффективного управления и социально-этического маркетинга, достижение которой составляет часть корпоративной культуры.

#### **Список литературы**

1. Вольдман Л.Ю. Имидж организации и механизм его формирования // Высшее образование сегодня. 2014. № 4. С. 14–18.
2. Бозаджиев В.Л. Внутренний имидж организации и методика его исследования // Новый взгляд. Международный научный вестник: сборник научных трудов. Вып. 12. Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. С. 119–134.
3. Хасянова М.Г. Значение ценностей в корпоративной культуре, Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств: журнал теоретических и прикладных исследований. Кемерово: Изд-во КемГУКИ. 2013. №22/2. С. 189–195.
4. Горяйнова Н.М. Корпоративная культура. Челябинск: Полиграф-Мастер, 2009. 220 с.
5. Верц С. В. Влияние корпоративной культуры на формирование внутреннего корпоративного имиджа [Электронный ресурс]. URL: <http://uecs.ru/uecs50-502013/^^1987-2013-02-16-07-40-04> (дата обращения: 10.11.2022).