

**НЕЪМАТОВ Ж.А., ИСМАИЛОВА Т.С.**  
**ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА СИСТЕМУ МОТИВАЦИИ**  
**ОРГАНИЗАЦИИ**

*Неъматов Жасур Аминжонович* д.э.н.,  
 профессор кафедры «Экономика труда и управление»,  
 ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» в г. Ташкенте  
 E-mail: nematov@mail.ru

*Исмаилова Тажиназира Саидаминовна*  
 старший преподаватель кафедры «Экономика труда и управление»,  
 ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» в г. Ташкенте  
 E-mail: tajinaz@mail.ru

*Аннотация.* На практике, руководители редко сталкиваются с возможностью формировать корпоративную культуру «с нуля». Это возможно, если организация только создана и начинает работать. Обычно построение корпоративной культуры связано с необходимостью изменить уже сформировавшуюся в организации культуру.

*Ключевые слова:* мотивация, корпоративная, предприятие, поведение, культура, миссия, корпорация.

**NE'MATOV J. A., ISMAILOVA T. S.**  
**INFLUENCE OF CORPORATE CULTURE ON THE SYSTEM OF ORGANIZATION**  
**MOTIVATION**

*Ne'matov Jasur Aminjonovic,*  
 Doctor of economics, Professor,  
 Tashkent Branch of "REU after G.V.Plekhanov"  
 E-mail: nematov@mail.ru

*Ismailova Tajinazira Saidaminovna,*  
 senior teacher Tashkent Branch of "REU after G.V.Plekhanov"  
 E-mail: tajinaz@mail.ru

*Abstract.* In practice, executives seldom face possibility to form corporate culture "from zero". It is possible, if the organization has been just created and starts to work. Creating corporate culture is usually connected with necessity to change culture already formed in the organization.

*Keywords:* motivation, corporate, enterprise, behavior, culture, mission, corporation.

**Введение.** В настоящее время практически каждый человек понимает значение термина «корпоративная культура». Однако не все могут быстро и точно объяснить, что конкретно подразумевается при его использовании. И лишь совсем немногие знают, как формировать корпоративную культуру и использовать её для развития предприятия.

Корпоративная культура предприятия – это совокупность убеждений, взглядов, моделей поведения, правил, подходов к работе, способов общения, осознанно или неосознанно принятых и соблюдаемых большинством сотрудников организации.

Элементы корпоративной культуры: миссия корпорации, командный дух, стиль руководства и лидерства, фирменный стиль, методы стимулирования, культура качества. Вместе с тем, через содержание своих элементов корпоративная культура выражает ощущение общего стиля организации, обеспечивает гибкость, процветание и стабильность. Каждая корпорация имеет свою культуру, определяемую спецификой работы, но назначение её одно: сплочение трудового коллектива вокруг общих ценностей и

достижение корпоративной миссии на основе позитивного (демократического) корпоративизма.

**Материалы и методы.** По мнению автора настоящей статьи, современная корпорация основывается на широком использовании идей и методов стратегического планирования. Разработка стратегии корпорации начинается с формирования миссии (видения) корпорации, что является одним из основных методов влияния корпоративной культуры на систему мотивации организации. Основа для формирования миссии – информация, поступающая из измерения и оценки результатов прошлой деятельности, а также проведения внешнего и внутреннего стратегического анализа.

Миссия отражает стратегические акценты и приоритетность в удовлетворении интересов различных сторон, так или иначе связанных с этой корпорацией.

Процедура разработки и содержания миссии не регулируется законом или правительством, миссии различных корпораций отличаются по стилю и форме представления.

Корпоративная культура обеспечивает: формирование морально-этических ценностей и установок жизнедеятельности, побуждающих интеллектуальный и духовный потенциал работников на эффективную работу; упрочение связей работников с руководством организации (образование социального партнёрства), чувства общности (солидарности) всех уровней работников вокруг ценностей, норм, традиций, повышение ответственности за качество совместной деятельности (формирование духа единства); организацию работы и распоряжение человеческими ресурсами таким образом, чтобы деятельность организации обеспечивала высокую мобильность, обогащение, социальную защиту тех, кто в ней работает (наставники, кружки качества); создание фирменного стиля, направленного на развитие культуры качества, процветание корпорации, стимулирование удовлетворённости трудом; завоевание благожелательного отношения со стороны общественности, находящейся вне организации (организация связи с общественностью).

**Результаты и обсуждение.** В данной статье нами было рассмотрены методы влияния корпоративной культуры на систему мотивации организации. Корпоративная культура формируется под воздействием как внутренних, так и внешних факторов. Следовательно, формирование корпоративной культуры – бесконечный процесс. Если вы активно формируете культуру своей организации, то замечаете первые результаты спустя годы. Однако вряд ли вы, когда-нибудь захотите остановиться и сказать, что культура компании больше не нуждается в развитии. В любом случае, наличие конструктивной культуры обеспечивает дополнительные преимущества вашей компании. Поэтому приступайте к формированию организационной культуры немедленно. А начать стоит с себя.

#### **Список литературы**

1. Алиев В.Г. Организационное поведение: Учебник. - М.: Экономика, 2011.
2. Кокин Ю.П., Шлендер П.А. Экономика труда: Учебное пособие. М.: Магистр. 2011.
3. Раздорожный А.А. Организационное поведение: Учебное пособие. - М.: 2012.
4. Шибалкин Ю.А. Основы управления персоналом: Учебное пособие. - М.: 2011.

#### **References**

1. Aliyev V.G. Organizational behavior: Textbook. – М.: Economics, 2011

2. Kokin Yu. P. Shlender P.A. Economy of labor: Tutorial. M.: Magistr. 2011
3. Razdorojnyy A.A. Organizational behavior: Tutorial. M.: Economics, 2012
4. Shibalkin Yu. A. Basis of human resources management: Tutorial. M.: Economics, 2011

**РЕЦЕНЗЕНТ**

*Асадулина Наиля Равильевна –доцент кафедры «Экономика труда и управление», кандидат экономических наук*