

## ДИАГНОСТИКА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ОРГАНИЗАЦИИ

**В.В. Куликова**, канд. геогр. наук, доцент

**И.А. Бадаева**, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
(Россия, г. Находка)

DOI:10.24412/2411-0450-2022-2-89-92

**Аннотация.** Проведена диагностика корпоративной культуры (КК) на основе модели «луковица культуры» конкретным примером организации. Корпоративная культура исследована различными аспектами: символика, атрибутика, фирменная одежда, специальный жаргон, как элементы верхнего организационного уровня; традиции, ритуалы, герои, нормы и правила, символизирующие глубокий уровень модели «луковица культуры». Каждая организация формирует свою уникальную корпоративную культуру, которая в будущем будет влиять на деятельность организации.

**Ключевые слова:** диагностика, луковица культуры, организация, слой луковицы, элементы культуры.

Актуальность работы определяется тем, что корпоративная культура придаёт организации неповторимость и уникальность для общественности, она важный фактор в конкурентоспособности компании на рынке. Авторские позиции, определяющие

содержание понятие КК как сложный комплекс положений, принимаемых и разделяемых всеми членами коллектива и задающий общие рамки поведения. Аспекты КК предоставлены на рисунке 1.

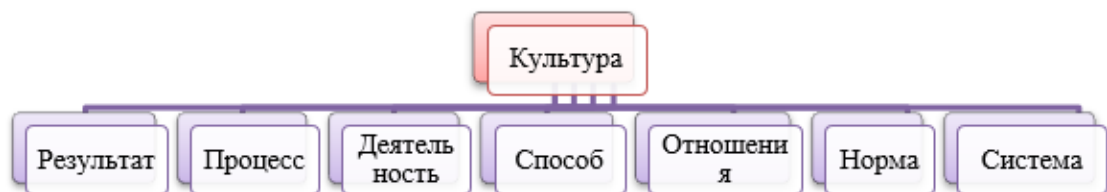


Рис. 1. Аспекты корпоративной культуры

В представленной рисунком 2, метафорической модели «луковица культуры», располагается несколько «слоев». КК организации складывается из двух организационных уровней. Верхний уровень изображён

элементами культуры как внешне видимое. Далее следует глубокий уровень, где находятся ценности и нормы, определяющие поведение сотрудников в организации.

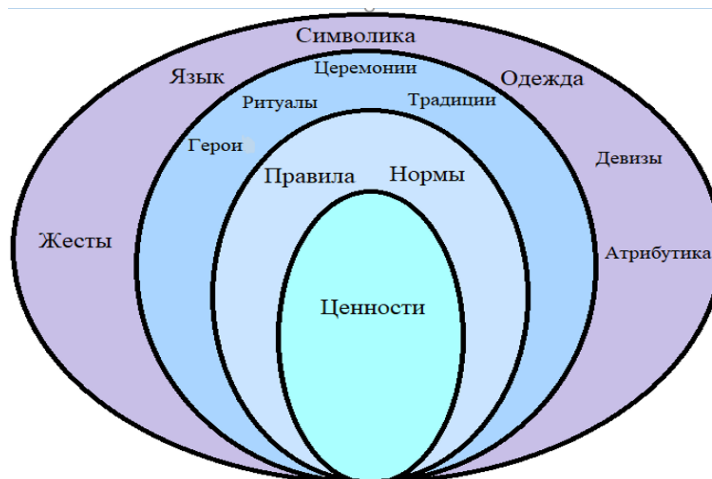


Рис. 2. Луковица культуры

На первом слое луковицы представлены символика и атрибутика. Важным элементом фирменного стиля считается логотип, играющий значимость в индивидуальности организации. Хороший логотип повышает эффективность рекламы, способен повысить имидж организации. Структура логотипа исследуемой организации в форме якоря и двух букв М и П, обозначая «Малый Порт», что представлено на рисунке 3.

Для стивидорной компании такой выбор оптимален, т.к. выражает профиль работы организации и необходимые психологические характеристики. Якорь ассоциируют с надеждой, дальними странствиями и морскими путешествиями, умением противостоять всем внешним невзгодам. Так же якорь ассоциируют с надеждой, безопасностью и стабильностью.



Рис. 3. Логотип компании ООО Стивидорная компания «Малый Порт»

Логотип в виде якоря символизирует организации, связанные с морским делом. С якорем увязывают качества: аккуратность, практичность, рациональность, осторожность и трудолюбие.

Оптимальным количеством цвета в логотипе считается два и в нашем случае представлена цветовой гаммой в комбинации синего и черного цвета.

Синий цвет символ духовности, у большинства людей вызывает задумчивость. Связывается с мягкой, лёгкой и обдуманной организацией жизни. Данный цвет обозначает организованность, постоянство, упорство, преданность, самоотверженность, строгость.

В логотипе черный цвет символизирует власть, он популярен в качестве индикатора мощи организации. Простота, с которой использован черный цвет в логотипе указывает на уверенную позицию на рынке.

Укажем носители фирменного стиля: исходящие документы; информационные письма; визитные карточки; открытки.

Фирменная одежда рабочих представлена специальной одеждой оранжевого цвета с синей вышивкой. Используется специальный жаргон на примере рабочих. Уникальность языка обусловлена морской тематикой. Чаще всего используются слова, обозначающие различные грузы,

находящиеся в порту, названия специализированного оборудования.

За 29 лет работы компании определились такие традиции:

- Спартакиада трудовых коллективов.
- Экскурсии для детей и сотрудников по предприятию.
- Турниры домино.
- Шахматные турниры.
- 15 октября коллективом отмечается день становления компании.
- К Международному Женскому дню организовывается вручение подарков всем сотрудницам с поздравлениями в отделах, корпоративное мероприятие в кафе.
- 23 февраля поздравляют мужчин, корпоративное мероприятие в кафе.
- К Новому году предприятие готовит новогодний утренник, подарки для детей сотрудников, утренники, также организует праздники в детском доме.
- 26 июля, в День ВМФ РФ, проводятся торжественные мероприятия.

Проявлениями КК считаются ритуалы. Они помогают компании наглядно продемонстрировать свои ценностные ориентации и призывают сотрудников помнить стандарты поведения и нормы взаимоотношений, ожидаемые предприятием. Итак, ритуалы структурируют жизнь социальной организации.

Ритуальными считаются ежедневные совещания и общее собрание, где каждый сотрудник может высказаться и обсудить назревшие проблемы. Такие обсуждения позволяют проводить анализ ошибок и выработать общую стратегию дальнейшей работы. Так же в организации присутствуют и неформальные ритуалы, существующие как компенсатор недостатков КК. К ним относят:

- «Перерыв на обед» и «перекур»;
- Неформальные встречи после работы.

Содержание неформальных ритуалов зависит от степени профессионализма и ценностей сотрудников.

Ритуалы, традиции и мероприятия компании эффективны как средство

управления КК: через систему мероприятий поддерживается культура, разрешаются конфликтные ситуации, осуществляются предупредительные меры, направлять людей на решение задач, поддерживать корпоративный дух в тяжелые для компании дни.

Существенное место в КК компании занимают герои. Обычно, героями становятся блестящие менеджеры, рабочие, которые принесли организации определенную пользу, «герои ситуации» – сотрудники, добившиеся впечатляющих результатов, в определенной период своей деятельности.

Герои – пример для подражания, дающие возможность сохранять и укреплять корпоративные ценности, оказывая положительное воздействие на основной коллектив. Самый лучший транслятор - люди, имеющие достаточный опыт работы в компании, разделяют базовые идеалы и участвуют в их создании.

Глубинный уровень КК представлен нормами и правилами поведения в организации. В компании разработан Кодекс корпоративной этики, ставший основой КК компании, размещенный на официальном сайте предприятия [1]. Целью его является определение взаимоотношений работников с компанией, а также установление и поддержание норм внутрикорпоративного поведения.

Данный метод прямой диагностики КК позволил нам подробно рассмотреть основные ценности организации, стратегию, идеи, традиции, правила и нормы. Тем самым резюмируем, что КК в организации ООО Стивидорная компания «Малый порт» представлена базовыми ценностями и нормами в оргструктуре, системе корпоративного управления, кадровой политике. КК способствует достижению выбранных целей, если все её члены будут выполнять установленные правила, нормы поведения. Особого эффекта можно добиться, если индивидуальные нормы, правила поведения будут совпадать с правилами, нормами, принятыми на предприятии.

**Библиографический список**

1. Официальный сайт ООО Стивидорная компания «Малый порт» // ООО СК «Малый порт», г. Находка. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://malyport.ru/> (дата обращения: 08.01.2022).

**DIAGNOSTICS OF CORPORATE CULTURE IN THE ORGANIZATION**

**V.V. Kulikova**, *Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor*

**I.A. Badaeva**, *Student*

**Vladivostok State University of Economics and Service, branch in Nakhodka  
(Russia, Nakhodka)**

***Abstract.** Diagnostics of corporate culture (CC) was carried out on the basis of the «bulb of culture» model with a specific example of an organization. Corporate culture has been studied in various aspects: symbols, attributes, corporate clothing, special jargon, as elements of the upper organizational level; traditions, rituals, heroes, norms and rules, symbolizing the deep level of the «bulb of culture» model. Each organization forms its own unique corporate culture, which in the future will influence the activities of the organization.*

***Keywords:** diagnostics, culture bulb, organization, bulb layer, culture elements.*