

MPHTI 04.51.51

JEL Classification: M14

DOI: <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2022-4-82-93>

КОРПОРАТИВТІК МӘДЕНИЕТ – ҰЙЫМ ҚЫЗМЕТІНІҢ ТИІМДІ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ

М. К. Кожаметова^{1*}, М. М. Алиева¹, К. А. Мадыханова²

¹ Университет Нархоз, Алматы, Республика Казахстан

² Алматы Менеджмент Университет, Республика Казахстан

АНДАТПА

Зерттеу мақсаты. Қазіргі жағдайда ұйымдардың тиімді жұмыс істеуіне бағытталған ең маңызды құрал ретінде корпоративтік мәдениет өзінің үлкен рөлімен негізделеді, осыған қатысты басқаруды жетілдіру және ұйымдардың қызметінің тиімділігін арттыру мақсатында корпоративтік мәдениеттің ұйымдардың қызметіне әсерін зерттеу және бағалау. Корпоративтік мәдениеттің ұйымның басқару тиімділігін арттыруға қолайлы жағдай жасау құралы ретінде жалпы ұйым қызметінің түпкі нәтижесіне және оның тиімділігіне әсерін бағалаудың маңыздылығын қарастыру.

Әдіснамасы. Зерттеудің теориялық және әдістемелік негізі ретінде шетелдік және отандық ғалымдардың еңбектері, монографиялары, ғылыми жарияланымдары болды. Негізгі теориялық тұжырымдарды анықтауда логикалық принциптер қолданылды. Зерттелетін тақырып бойынша әдеби дереккөздерге шолу жасалды.

Зерттеу бірегейлігі / құндылығы. Қызметкерлердің корпоративті сәйкестілігін қалыптастыруға ықпал ететін корпоративті мәдениеттің дамуы оның стратегиясын іске асыру үшін компанияның адами ресурстарын тиімді пайдалануға, компанияның басқару деңгейінің жоғарылауына, топтың біртектілігін нығайтуға және корпоративті құндылықтарды қызметкерлерді корпоративтік мақсаттарға жетуге бағыттайтын стратегиялық ынталандырушы фактор ретінде пайдалануға мүмкіндік береді.

Зерттеу нәтижелері. Мақалада практикалық есептеме түрінде ұйым қызметінің нәтижелеріне корпоративті мәдениеттің әсерінің есептеулері келтірілген.

Түйін сөздер: корпоративті мәдениет, корпоративті мәдениетті қалыптастыру, корпоративті мәдениетті басқару, корпоративті мәдениетті бағалау, сандық әдіс.

КІРІСПЕ

Корпоративтік мәдениет ұғымы Батыста 30 жылдан бұрын тұжырымдамасы қалыптасқанымен, Қазақстан экономикалық кеңістігі үшін бұл жаңа салыстырмалы құбылыс. Оның пайда болуы ғылыми-практикалық позицияға, адам капиталына, өндірістік қатынастардың субъектісіне және оларды басқарумен байланысты болды. Корпоративтік мәдениеттің мақсаттары мен міндеттері кез келген кәсіпорынның ішкі ортасында персоналдың іс әрекетін бейбіт ету және оның кәсіпорынның миссиясы мен стратегиясымен таныс болуы, және соған байланысты өзінің қызметінде табысқа жету мотивациясы. Басқаша айтқанда, корпоративтік мәдениеттің кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін және басқару тиімділігін арттыруға қолайлы жағдай жасау құралы ретінде қарастыруға болады.

«Компанияның жылдамдығын анықтайтын негізгі фактор – оның корпоративтік мәдениеті», – деп Билл Гейтс айтқандай қазіргі кезде, қарқынды бәсекелестік кезеңінде кез-келген ұйымның табысты жұмыс істеуі мен өркендеуінің басты факторы және оның ерекше құндылығы ұйымның корпоративтік мәдениеті екендігі күннен-күнге айқын бола бастады. Еңбекті ұйымдастыру және еңбек жағдайлары қызметкерлердің жеке мүдделерімен, ұйымның мақсаттарымен сәйкес келуін қамтамасыз етуге және ұйым үшін ең құнды, сирек кездесетін, қайталанбас және алмастырылмайтын мүмкіндіктер жасауға ықпал етуі керек [1].

Корпоративтік мәдениетті жүйелі зерттеу менеджмент теориясы 1982 жылы АҚШ-та басталды. Т. Дил және А. Кеннеди корпоративтік мәдениетті анықтай отырып, оған әсер ететін факторлар халықаралық корпорациялар жұмысының тиімділігіне, ұйымдастырушылық мінез-құлыққа ең маңыздысы ретінде корпоративтік мәдениет тұжырымдамасын жүргізді. Содан кейін бұл ұғым жеке компанияларды, фирмаларды, ұйымдарды басқару әдістерін әзірлеу кезінде қолданыла бастады [2].

Белгілі нидерландтық ғалым, әлеуметтанушы, мәдениеттанушы Г. Хофстеде өзінің корпоративтік мәдениет туралы жазған еңбектерінде, корпоративтік мәдениеттің экономикалық тиімділігін сипаттап, оны «ұйымның бес жылдағы қаржылық нәтижелерін болжауға болатын ұйымның психологиялық активі» деп атады [3].

Ал, американдық ғалымдар Джон Коттер мен Джеймс Хескетт ірі 200-ден астам компаниялардың корпоративтік мәдениетін үш өлшемде талдады: мазмұнын, күшін және бейімделуін. Осыдан кейін экономикалық параметрлерін өлшеді: пайданы, инвестицияның қайтарымдылығын, акция бағасын. Зерттеу нәтижелері айқындалып, компаниялар мынадай екі жағдайда әрқашан бәсекелестерінен алда болатыны анықталды:

- негізгі құндылық клиенттердің, инвесторлардың және қызметкерлердің әл-ауқаты болған жағдайда;
- мәдениет бизнес-ортаға сәйкес келетін және өзгерістерге тез бейімделген жағдайда.

Бірақ ең бастысы, мәдениеті күшті компаниялар жақсы ойластырылмаған құндылықтар жүйесі бар бәсекелестеріне қарағанда 20-30 % табысты болады деген тұжырымдама жасалды [4].

Ресей мамандары Е. В. Петрухина, О. В. Селютина өз зерттелім жұмыстарында, корпоративтік мәдениеттің жалпы ұйымдардағы атқаратын рөлінің маңыздылығын көрсетіп, онда корпоративтік мәдениет – бұл қандай болмасын ұйымда, компанияда үстемдік ететін және оның даралығын көрсететін материалдық және рухани құндылықтардың, нормалардың, тәртіп стандарттарының жиынтығы ретінде қарастырады. Корпоративтік мәдениет ұйымның менеджментін, оның имиджін дұрыс және тиімді қалыптастыра алады, оның даралығы мен танылуын қамтамасыз ете алады, ұжымдағы қызметкерлердің арасында қолайлы психологиялық ахуалды қамтамасыз етеді, жаңадан қызметке келген персоналды қызметке бейімделуге көмектеседі, сонымен қатар ұйымның алдына қойған мақсаттарына қол жеткізуді қамтамасыз етеді [5].

Бүгінгі күні корпоративтік және ұйымдастырушылық мәдениеттің түрлі анықтамалары бар. Ұйымдық және басқарушылық пәндердің көптеген ұғымдары сияқты, ұйымдық немесе корпоративтік мәдениет тұжырымдамалары туралы нақты бірде-бір түсінік жоқ. Шетелдік ғалымдардың әрқайсысы осы тұжырымдаманы өзінің жеке түсінігі бойынша түсіндіруге тырысады. Сол түсініктердің кейбіріне тоқталып өтетін болсақ:

Корпоративтік мәдениетті анықтауға өз көзқарасын білдірген Т. В. Терехина «Ресейдің ұйымдық мәдениеті құрылымындағы ұжымдық сәйкестік» атты жұмысында корпоративтік мәдениетті әлеуметтік-прогрессивті формальды және бейресми нормалар мен қызмет нормаларын, салт-дәстүрлерді, жеке және топтық мүдделерді, ұйымдық құрылымның, қызметкерлердің мінез-құлық үлгілерін, басқару стилін, қызметкерлердің қанағаттану көрсеткіштерін түсінуді ұсынады [6].

Қазіргі күнде қайсібір ұйымда болмасын корпоративтік мәдениеттің дұрыс қалыптасуына қатты мән беру керек, өйткені оны дұрыс жолға қоймай компания қызметкерлерінен тиімді жұмыс талап ету өте қиынға соғады. Сонымен, корпоративтік мәдениет – бұл компанияның даму стратегиясы мен миссиясына байланысты, қызметкерлердің көпшілігі ортақ әлеуметтік нормалар мен құндылықтар жиынтығы бар компания жұмысындағы негізгі ережелердің жиынтығы. Корпоративтік мәдениеттің негізгі құрамдас бөліктері – корпоративтік оқиғалар, ішкі коммуникациялар, іскерлік этика және корпоративтік рәміздер осыны ұйым қызметкерлері, басшылары назарында ұстануы қажет.

НЕГІЗГІ БӨЛІМ

Әр компанияның, ұйымның өзінің белгілі дәстүрлері бар. Олар басшылардан бастап, жаңадан келген қызметкерлерге дейін, барлық деңгейлерде болады. Дәстүрлер ортақ мақсаттарды белгілеуге, жиналыстарда жаңа идеяларды ұсынуға немесе жұма күндері дресс-кодтың жоқ болуына, сондай-ақ белгілі бір қағидаларды сақтай отырып, корпоративтік іс-шараларды өткізуге қатысты болуы мүмкін. Осының барлығы тікелей корпоративтік мәдениетке қатысты.

Ұйымның корпоративтік мәдениеті әлеуметтік қоғамның жалпы мәдениетінің бір бөлігі болып саналады және жалпы топтың немесе жеке адамның мінезін, білімін, машықтарын, қабілетін және тұлға ретінде даму деңгейін, ұйымда қалыптасқан коммуникация, дәстүр, әдеп-ғұрыптарды анықтайтын құндылық, мінез құлық ережелері мен тәртібін қамтиды.

Корпоративтік мәдениетті, әлеуметтік мәдениеттің бір маңызды бағыты ретінде қарастыруға болады, мысалы, корпоративтік мәдениеттеде ұйым қызметкерлерінің өзін-өзі ұстау тәртібі, компанияда қалыптасқан дәстүрлерді білу оны дұрыс қабылдай алу, жалпы ұйымдағы этика кодексін сақтау сияқты. Нақты істе бұл аталғандардың әрқайсысы жүйелі корпоративтік мәдениетті қалыптастырудың элементтері депте айтуға болады [7].

Корпоративтік мәдениет – бұл адамдардың бірлескен жұмысында, олардың арасындағы қарым-қатынасты дамытуда, ұйым өмірінің тұрақты нормалары мен қағидаларын қалыптастыруда көрінетін ұйымның өмірлік әлеуетінің негізі [8].

Корпоративтік мәдениет концепциясының эволюциясы процесінде бұл түсінік белгілі бір аспектілермен және элементтермен толықтырылды, көбінесе практикалық шешімдер негізінде, ең алдымен, ірі компаниялардың қызметінде орын тапты.

Осы орайда, ірі халықаралық компаниялардың корпоративтік мәдениетін құру мысалы негізінде, практикалық мысалдарды қарастырайық. Мысалы, испаниялық Inditex Group компаниясы, оның басшысы А. Ортеганың басшылығымен орасан зор табысқа қол жеткізіп, компанияны үлкен империяға айналдырды. Олардың әлемге әйгілі брендтері: Zara, Stradivarius, Pull & Bear, Oysho, Massimo Dutti, Bershka және олардың атымен әлемнің әртүрлі елдерінде мыңдаған дүкендер ашылғанын білеміз.

Ортега мен оның басқару командасы Inditex-ті өнім жасауды толық тік ұйымдастырумен экономиканың осы саласындағы ең ірі компаниялардың біріне айналдыра алды. GAP сияқты басқа ірі сала ойыншылары және H&M, өнімді тек жобалап, өз дүкендерінде сатады, бірақ әдетте оны өздері шығармайды. Benetton өз дизайнын әзірлейді және киім шығарады, бірақ дүкендер франчайзинг негізінде ашылған. Inditex Group-тің өзінің 6 мыңнан астам тігін фабрикалары бар, оларды өзінің шығаратын маталар мен бояулармен қамтамасыз етеді. Испандық компания нарықпен бірегей кері байланыс жүйесін құра алды. Бұл сату көлеміне немесе трендтерге байланысты ең қысқа мерзімде өзгертулер енгізуге мүмкіндік берді. Мұндай тәсіл коллекцияны 2-3 аптада жасау қажеттілігін талап етеді. Ескеретін жағдай, белгілі әлемдік сән үйлерінде ешқайсысы мұндай жылдамдықпен мақтана алмайды. Компания, егер ол сатылмай кідіріс жасаса, тез арада сән үлгілерін бағыттарын өзгертіп жаңа коллекцияларды бірнеше күн ішінде жаңа дизайнмен ауыстырып шығарады екен.

Zara өз дүкендерін апта сайын, ал кейде Еуропадағы дүкендерін жаңа тауармен аптасына екі рет толықтырып отырады екен. Компанияның тұрақты тұтынушылары дүкенде жаңа заттардың үнемі пайда болатынын әбден түсініп алғандықтан оларға басқаларға қарағанда жиі кіріп сауда жасайды. Сатып алушылар орташа есеппен алғанда, олар басқа брендтік дүкендерге жылына төрт рет барады, ал Zara дүкендеріне жылына 17-18 рет барады екен.

600-ге жуық қызметкері бар шығармашылық бөлім қарапайым еуропалық дизайнерлерден тұрады. Inditex Group тәуекелге бармау үшін «жұлдыздарға» сенбейді. Егер компанияның «тұрақты» дизайнері өзінің бәсекелестеріне қызметке баратын болса оған апаттық жағдай деп қарамайды.

Компания табысының тағы бір құрамдас бөлігі – қызметкерлерге деген көзқарасы. А. Ортега қызметте жүргенде басшылардың көпшілігін, тіпті орта буын басшыларын да өзі таңдайды екен. Компанияның тағы бір жетістігі – компаниядағы менеджерлердің көпшілігі (85-90 %) дүкенде немесе одан төмен кеңесші болып бастаған, бірақ өз беттерімен қызметте өсе алған және ең жоғары лауазымдар деңгейіне жеткен екен.

Белгілі бір кезеңде Inditex Group еңбек нарығынан менеджерлерді жұмысқа алуды тоқтатыпты, ол компания ішінде өз менеджерлерін дайындап «өсіреді». Мысалы, бір кездері компанияда жұмыс істеген жүк көлігінің жүргізушілерінің бірі кейін ерлер жейделерінің бағытына жауапты басшылардың бірі болып тағайындалыпты.

Компания басшысына осындай ірі компанияны құруға мүмкіндік берген қасиеттердің ішінде А. Ортеганың бұрынғы әріптестері интуицияны, креативтілікті, шабыттандыра білуді, көптеген шешімдер мен жауапкершілікті атайды. Мақсаттарды табандылықпен жүзеге асыруы, іске адалдығы, басқарудың демократиялық принциптерін ұстануы, тыңдай білу қабілеті, амбиция: осының бәрі компанияны алдыңғы қатарға шығаруға әсер еткен. Негізі кәсіпорын басшысының жеке кабинетіде жоқ болған, ол, жұмысын қағазға байланыстырып қойған емес, басшы тікелей зауытта жұмыс істеу керек деп есептеген.

Компания басшылығының ұраны қызметкерлерге деген сүйіспеншілік, олардың алаңдаушылығын, олардың отбасындағы жағдайын түсіну, көмек көрсету және қызметкерлерге жақын болуға дайын болу деп қалыптасқан. А. Ортеганың айтуынша, осындай қарым-қатынас қалыптасқан жағдайда, қызметкерлер өзін толығымен компания қызметіне арнайтын болады және биік нәтижелерге қол жеткізуге ұмтылады [9].

Сонымен, қайсыбір ұйымда болмасын, оның өзінің дұрыс қалыптасқан корпоративтік мәдениеті болуы керек.

Ал, дұрыс қалыптасқан корпоративтік мәдениет – ол, бірлескен қашықтыққа жүгіретін жарыстар емес. Оның дұрыс қалыптасуына әсер ететін белгілі бір функциялары, қадамдап жасайтын алгоритмдері болуы керек. Мысалы:

1. Имиджілік функциясы: ұйымға оң көзқарас қалыптастыруға көмектеседі.
2. Мотивациялық функциясы: ұйым қызметкерлерін тиімді, сапалы қызмет көрсету мақсатында оларды шабыттандыратын, белсенділіктерін арттыратын шаралар ұйымдастыру.
3. Анықтаушылық функциясы. Әр қызметкердің жеке құндылық, командалық сезімін дамытады.
4. Бейімдеушілік функциясы. Ұйымға жаңадан жұмысқа келген қызметкерлерге командаға қосылуға көмектеседі.

Қазіргі уақытта корпоративтік мәдениетіне қызығушылықтың артуын байқауға болады. Бұл ұйымдық мәдениет қазіргі жағдайда ұйымдарда туындайтын бірқатар проблемаларды шешуге мүмкіндік беруімен және кәсіпорындардың жұмыс істеу тиімділігіне әсер етуімен байланысты.

Қазіргі заманғы фирмалар үшін бір-бірімен дәстүрлі тәсілдермен табысты бәсекелесу қиынға түседі. Кең таңдау жағдайында заманауи тұтынушы оған тауармен бірге сататынын – белгілі бір өмір сүру стилін таңдайды. Сондықтан кәсіпорынның имиджі мен беделі кәсіпорынның өндірістік-шаруашылық қызметінің жалпы тиімділігі бойынша үлкен маңызға ие болады.

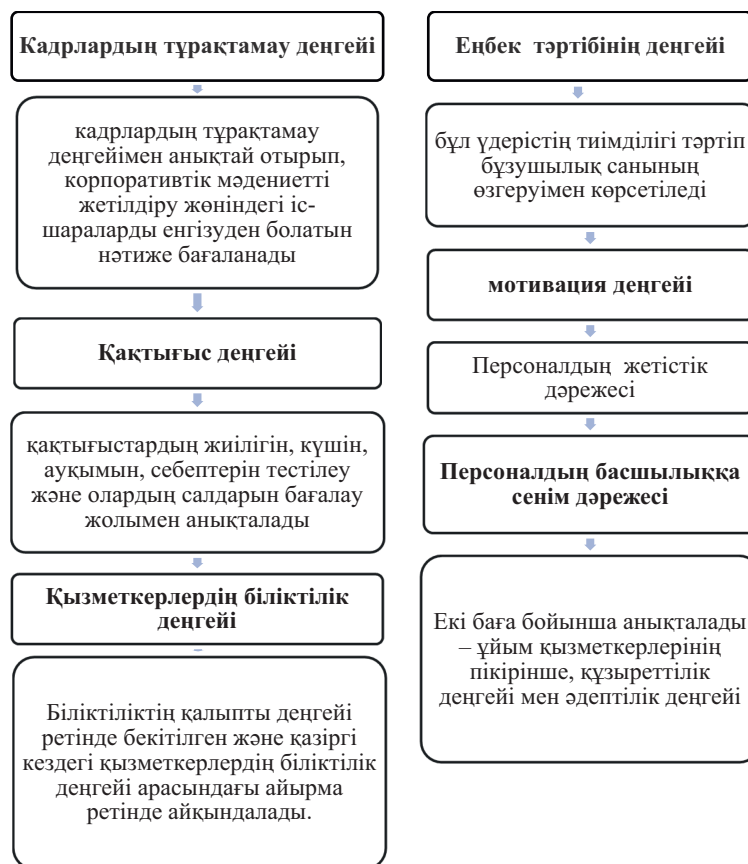
Осылайша, қазіргі заманғы ұйымдарға басқарудың жаңа идеологиясы, ұйымның сыртқы және ішкі ортасымен байланыс пен қатынастардың жаңа сипаты, яғни фирмалардың жұмыс істеуінің қалыптасқан жағдайларына неғұрлым сәйкес келетін ұйымдастыру мәдениеті талап етіледі.

Әр компаниядағы корпоративтік мәдениетті бағалау элементтері, яғни компания қызметіне корпоративтік мәдениеттің қандай әсер ететіндігін білу және оған қатысты факторларды төмендегі 1-суреттен көруге болады.

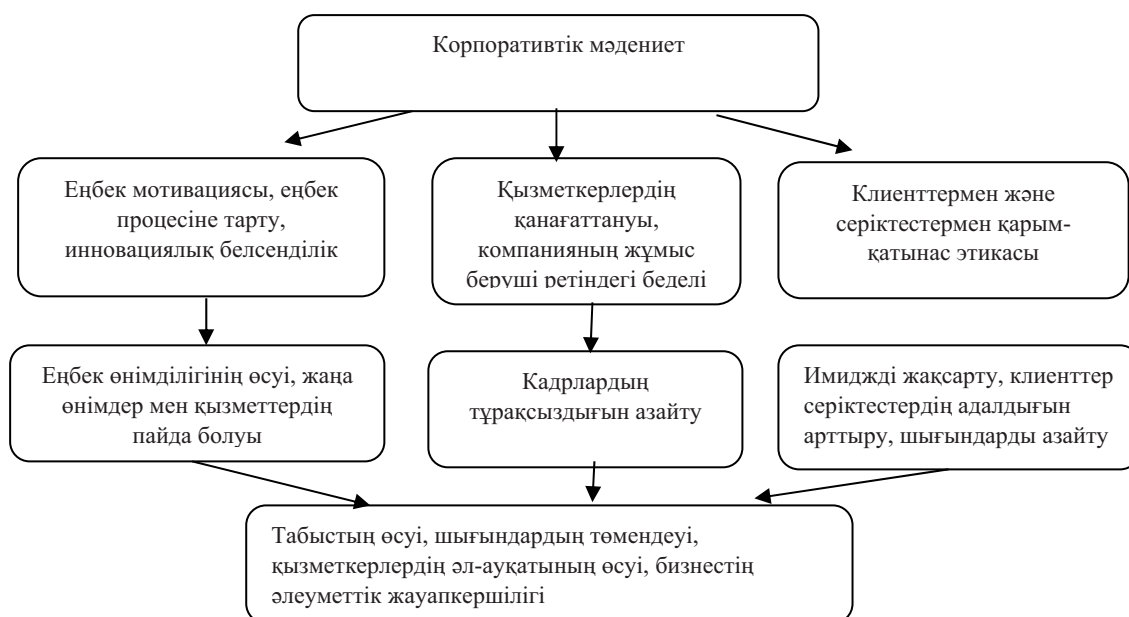
Әр ұйымға тән өз мәдениеті болады. Ұйымдық мәдениет адамдардың мінез-құлқына, пікіріне және компаниядағы іс-әрекетіне әсер етеді. Ол қызметкерлер мен менеджерлердің проблемаларды шешуге қалай сай келетінін, тапсырыс берушілерге қызмет көрсететінін, жеткізушілермен іс жүргізетінін, бәсекелестерге әрекет ететінін және олардың өз қызметін қалай жүзеге асыратынын және болашақта қалай жұмыс істейтінін анықтайды. Ол қоршаған әлемдегі ұйымның орнын анықтайды, ұйым мүшелерін біріктіретін және оларды бірге байланыстыратын жазылмаған заңдарды, нормалар мен ережелерді бейнелейді.

Корпоративті мәдениеттің ұйым қызметіне әсері оның қызметкерлерінің белгілі бір жағдайдың даму болжамын іске асыруы арқылы пайда болады, соған байланысты олардың мінез-құлық үлгілерін бағалау және құру жүзеге асырылады.

Ресей ғалымы Е. Е. Первакова «Корпоративтік мәдениеттің еңбек өнімділігі мен өнімділігіне әсер ету механизмдері туралы» жұмысында корпоративтік мәдениеттің кәсіпорындар қызметінің нәтижелеріне әсер етуінің келесі сызбасын ұсынған [10].



Сурет 1 – Корпоративтік мәдениетті бағалау элементтері
Ескерту – [7] дереккөз негізінде авторлармен құрастырылған



Сурет 2 – Корпоративтік мәдениеттің кәсіпорындар қызметінің нәтижелеріне әсер ету сызбасы
Ескерту – [10] дереккөз негізінде авторлармен құрастырылған

Сызбада келтірілген факторлардың мәні мынада:

- Қызметкерлерді ынталандыру ұйым қызметкерлеріне өздерінің маңыздылығын, ортақ іске қатысуын түсінуге мүмкіндік береді.

- Қызметкерлердің белгілі бір кәсіпорындағы жұмысқа қанағаттануы кәсіпорынның беделімен, таңдалған тиімді көшбасшылық стилімен, ұжымдағы атмосферамен, қызметкерлердің іс-әрекетін үйлестірумен және жүйелілігімен анықталады.

- Компанияның құндылықтары әмбебап этикаға қайшы келмеуі және белгілі бір адамдар тобының мүдделерін қоғамдық мүдделерден жоғары қоюы керек.

- Клиенттермен және серіктестермен қарым-қатынас этикасы. Оларды қызмет процесінде жүзеге асыру белгілі бір тенденцияларды күшейтуге мүмкіндік береді, сөйтіп оларға сәйкес жағдайларды туғызады

Жоғарыда айтылғандар аясында корпоративті мәдениеттің ұйымның қызмет тиімділігіне әсерін бағалауға ресей ғалымы Л. С. Савченконың жұмысында ұсынылған сандық тәсілді қолдануға болады [11].

Корпоративтік мәдениеттің компания қызметіне әсерін мына есептеу үлгісімен анықтап, көрсеткіштеріне көз жеткізуге болады.

$$ЕТЖэс. = (C_k - C_b) / C_k * (K_{жп} - Ж_{уқ}) / K_{жп} \quad (1)$$

Мұнда,

ЕТЖэс – еңбек тәртібінің жағдайы;

C_к – қызметкерлердің орташа саны;

C_б – еңбек құқық бұзушылық жасаған қызметкерлердің саны;

K_{жп} – жұмыс уақытының жоспарланған қоры;

Ж_{уқ} – еңбек тәртібін бұзу салдарынан жұмыс уақытын қысқарту және жұмыс уақытының жоғалуы.

Мысал ретінде қарастырсақ, «Қ» ұйымының қызметкерлерінің орташа саны нақты бір жыл бойынша 33 адам, еңбек құқық бұзушылық жасаған қызметкерлердің саны 0-ге тең, жұмыс уақытының жоспарланған қоры шамамен n-ші жылы 2600 сағат, еңбек тәртібін бұзу салдарынан жұмыс уақытын қысқарту және жұмыс уақытының жоғалуы шамамен 900 сағат деп алсақ

$$ЕТЖэс. = (33 - 0) / 33 \times (2600 - 900) / 2600 = 0.65$$

Яғни, еңбек тәртібінің жағдайы 0,65-ті құрап отыр. Бұл көрсеткіш жақсы деңгейде екендігін көрсетеді.

Корпоративтік мәдениеттің тиімділігін бағалаудың маңызды факторы – ол, қызметкерлерді ұйымның (Q) қанағаттану дәрежесі арқылы бағалау:

$$Q = 1 - (C_{сэ.е} - C) \quad (2)$$

Мұнда,

Q – қанағаттану коэффициенті;

C_{сэ.е} – бұл ұйымнан белгілі бір уақытта өз еркімен кететін қызметкерлердің саны;

C – сол кезеңдегі ұйым қызметкерлерінің орташа саны.

Мысалы, «Қ» компаниясында қызметкерге ұйымның (Q) қанағаттану дәрежесін анықтайық. Бұл ұйымда N-ші жылы белгілі бір уақытта өз еркімен кететін қызметкерлердің саны 14-ті құрап отыр, ал сол кезеңдегі ұйым қызметкерлерінің орташа саны 33 адамды құраған. Демек осы мәліметтерді формулаға салып анықтайтын болсақ:

$$Q = 1 - (14 - 33) = 20.$$

Яғни ұйымның қызметкерлерге қанағаттану дәрежесі тұрақты деп қорытындылауымызға болады.

Корпоративтік мәдениеттің (Кәс.) компанияның тиімділігіне әсер ету коэффициенті мына формула бойынша анықталады:

$$K_{\text{әс.}} = \sum I / 5 n. \quad (3)$$

Мұнда,

I – ұйымдық мәдениеттің сипаттамасы;

n – қарастырылатын сипаттамалардың саны.

Жұмыс күшінің қозғалысы бірқатар көрсеткіштермен немесе коэффициенттермен сипатталады: қабылдау, шығу бойынша айналым коэффициенті, жалпы айналым коэффициенті, кадрлардың тұрақтамау коэффициенті.

Жұмысшыларды қабылдау бойынша айналым коэффициенті :

$$K_{\text{ж.қ}} = C_{\text{жк}} / C_{\text{ағ}} \quad (4)$$

Мұнда,

$K_{\text{ж.қ}}$ – қабылданған персоналдың саны;

$C_{\text{жк}}$ – жыл бойынша қабылданған қызметкерлердің саны.

$C_{\text{ағ}}$ – жыл ішінде қабылданған қызметкерлердің орташа тізімдік саны

Осы жұмысшыларды қабылдау бойынша «Қ» ұйымы бойынша қабылданған жұмысшылардың айналым коэффициентін анықтайтын болсақ, N жылы қабылданған персоналдың саны 17 адам, ал персоналдың орташа тізімдік саны 33 адамды құраған. Енді осы мәліметтер бойынша жұмысшыларды қабылдау бойынша айналым коэффициенті

$$K_{\text{ж.қ}} = 17 / 33 = 0,51.$$

Бұл дегеніміз «Қ» ұйымында жұмысшыларды қабылдау бойынша айналым коэффициенті орташа, тұрақты деңгейді көрсетіп отыр.

Кәсіпорын персоналы құрамының тұрақты коэффициенті ($K_{\text{пс}}$):

$$K_{\text{пк}} = ЖЖА / C_{\text{ағ}} \quad (5)$$

Мұнда,

$ЖЖА$ – жыл бойы жұмыс істеген қызметкерлердің саны.

Еңбек өнімділігін сипаттау: еңбек өнімділігін бір жұмысшының орташа жылдық өндіруі арқылы, оны келесі факторлардың қатынасы түрінде қарастыруға болады:

$$\Theta_e = \Theta_k / C \quad (6)$$

Мұнда,

Θ_k – өндірілетін өнімнің көлемі;

C – қызметкерлердің орташа тізімдік саны.

Корпоративтік мәдениеттің әрбір сипатын бес баллдық шкала бойынша тиімділігін анықтауға арналған белгілі бір ұпайларды беретін жағдайлық әдісімен қарастыратын болсақ:

тандалған сипаттамалардың әрқайсысын бағалап, оларға белгілі бір баллды белгілеп, оларды келесі формула бойынша анықтаймыз:

$$\sum I = 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + \dots + n,$$

I – ұйымдастыру мәдениетінің сипаттамасы;

n – қарауға жататын сипаттамалардың саны.

Сұрақтарға жауап беру кезінде келесі шкалаға сәйкес таңдалған сипаттамалардың әрқайсысының тиімділігіне рейтингтік баға беріледі:

- 5 – үздік нәтижелер,
- 4 – өте жақсы,
- 3 – орташа жетістіктер,
- 2 – қанағаттанарлық,
- 1 – өте нашар нәтижелер.

Осы формулаларға сүйене отырып, компания қызметіне корпоративтік мәдениеттің қаншалықты әсер ететіне көз жеткізуімізге болады.

Корпоративтік мәдениетті бағалаудың сандық әдістерін халықаралық компаниялардың қызметін зерттеулер негізінде бірқатар белгілі американдық және еуропалық ғалымдарда әзірлеген. Солардың бірі – Ким Кэмерон мен Роберт Куинннің OCAI әдісі [12].

Бағалау жүргізу кезінде ұйымның әрбір құрылымдық бөлімшесі тұтастай ұйымға тән мәдениет элементтерін алып жүреді деп болжанады. Әдістеме корпоративтік мәдениеттің төрт моделі және әртүрлі дәрежеде әртүрлі үлгілерге тән 6 негізгі атрибуттары бар деп болжайды.

Атрибуттар ретінде келесілер қолданылады: қарым-қатынас қағидалары, көшбасшылықтың жалпы стилі, персоналды басқару, ұйымның байланыстырушы мәні, стратегиялық мақсаттар, табыс критерийлері.

Бағалау барысында екі профиль қалыптасады: «болғандай» және «болуы керек» деген және сәйкессіздіктерді жою үшін қажетті өзгерістер анықталады.

Корпоративтік мәдениет басқа факторларға қарағанда ұйымның жетістігіне көбірек әсер етуі мүмкін. Күшті корпоративтік мәдениеттер ұйымдағы қарым-қатынасқа көмектеседі және дұрыс шешім қабылдауға ықпал етеді, сенімге негізделген ынтымақтастық үшін негіз жасайды.

Мықты корпоративтік мәдениет жас қызметкерлерге қатты әсер етеді, оны қызметкерлер, жетекші мамандар және тәжірибелі жұмысшылар тарапынан көруге болады, олар сол қабылданған ережелердің арқасында өздерінің жеке және кәсіби қасиеттерінің дамуын көрсетеді.

Тиімді мотивация жүйесі ұйым қызметкерлерінің жауапкершілік пен еңбек өнімділігін арттырады деп айтуға болады. Ұйымдағы корпоративтік мәдениетті жақсарту шаралары әлеуметтік және экономикалық тиімділіктің болуын көздейді. Экономикалық әсер ұйымдағы жұмысшылардың еңбек өнімділігінің жоғарылауынан, пайда мен табыстылықтың өсуінен көрінеді.

Ұйымға, әсіресе сыртқы ортаның әсері, нақты айтқанда нарықтың және әлеуметтік-мәдени факторлардың әсерін ескеру қажет. Жалпы, ұйымда «мәдени өзгерістер» жүргізу қажет болған жағдайда, алдымен корпоративтік мәдениетті зерттеп, оны бағалау қажет. Мұны корпоративтік мәдениетті бағалаудың әр түрлі әдістері арқылы реттеуге болады. Олардың ішіндегі ең кең тараған әдістер, олар: жүйелік талдау, сауалнама жүргізу (мысалы сұхбат, сауалнама), социометриялық әдістер, корпоративтік мәдениет элементтерін сипаттау, корпоративтік мәдениеттің түрін анықтау, статистикалық әдістер (мысалы, нормативтік, салыстырмалы, бақылау және т. б.) әртүрлі өзгертулер арқылы, мысалы, «бұл болған - болды - болуы керек» деген бағытқа сәйкес, кездейсоқ бағалау әдісі, сындарлы-сыни әдіс).

Осылайша, ірі кәсіпорындардың, ұйымдардың жұмыс жүргізуі мен олардағы басқару мәселелерін түбегейлі шешу заманауи өркениетті корпоративтік мәдениетті құру және оның жағдайын жүйелі түрде бағалау болып табылады.

Осы тақырып бағытында Қазақстан компаниялары деңгейінде корпоративтік мәдениеттің даму жағдайын қарастырайық. Қазақстанның халықаралық нарыққа шығуымен, компаниялардың ашықтығын құруымен, халықаралық стандарттар бойынша сертификаттаумен және корпоративтік басқарудың дамуымен корпоративтік мәдениетті қалыптастыру және дамыту мәселесі қазіргі кезеңде өзекті бола түсуде.

Бүгінгі таңда қазақстандық корпоративтік мәдениеттің келесі белгілері ерекшеленеді [13]:

- Үкіметтің, әкімшілік органдарының «қашықтығы». Қазақстандық компаниялардың көпшілігінің корпоративтік мәдениеті авторитарлық басқару стилімен және қатаң орталықтандырумен сипатталады. Сонымен қатар, иерархиялық құрылым әбден «жақсы» болуы мүмкін, негізгі билік бір қарағанда көрінбейтін, бір адамның қолында шоғырлануы мүмкін.

- Айқын коллективизмнің/индивидуализмнің болмауы. Еліміздің оңтүстік және батыс аймақтары ұжымшылдыққа бағытталса, солтүстік және шығыс өңірлердегі кәсіпорындардың ұжымдық мәдениеттері, керісінше, индивидуализмге бағытталған.

- Қазақстандық компанияларда бизнес мәдениетінің «ер» типі басымдырақ

- Қазақстандық компанияларда белгісіздіктен аулақ болу деңгейі жоғары. Менеджерлер тәуекел дәрежесі төмен шешімдер қабылдайды, менеджерлер тапсырмаларды орындауға көбірек көңіл бөледі.

- Қазақстандық іскерлік мәдениет нәтижеге тез жетуге бағытталған. Компанияларда байланыс орнату оңай, бейресми байланыстар деңгейі өте жоғары.

ҚОРЫТЫНДЫ

Әлемдегі ең бай адамдардың бірі, Amazon компаниясының негізін қалаушы – Джефф Безос (2018 жылдың басындағы жағдай бойынша кәсіпкердің байлығы 100 миллиард доллардан астам) корпоративтік мәдениет инновация саласында да, жоғары технологиялар саласында да жұмыс істеудің алтын стандарты деп санайды. Ол өзінің конференциядағы әңгімелерінің бірінде: «Мен Amazon.com сайтындағы мәдениетті мақтан тұтамын ... мен жұмыс істейтін адамдар өз істерінің нағыз миссионерлері. Маған дүкеннің керемет тәжірибесін көрсетіңіз. Бұған жетудің жалғыз жолы – бақытты адамдардың көмегі. Сіз мұны бақытсыз адамдар тобымен жасай алмайсыз, олар күні бойы сағаттарына қарап отырады» [14].

Немесе, Евгений Касперский, ресейлік бағдарламашы, компания құрылтайшыларының бірі, акциялардың негізгі иесі (акциялардың 82 %-ы) және «Касперский зертханасы» АҚ-ның жетекшісі өзінің компаниясының корпоративтік мәдениетін былайша сипаттаған екен: «Компанияның рухы сәттіліктің маңызды компоненті». Өте қысқа, бірақ өте мағыналы айтылған.

Осы мақалада қарастырылған корпоративтік мәдениеті мен компания қызметінің тиімділігі арасындағы байланысты белгілі, осы бағытты зерттеуші авторлар Т. Дил және А. Кеннеди, Г. Хофстеде, Дж. Коттер мен Дж. Хескетт, Е. В. Петрухина, О. В. Селютин, Т. В. Терехина және т. б. көзқарасынан тиімді көшбасшылық, көлденең басқару жүйесі, адалдық пен икемділік сияқты корпоративтік мәдениеттің құрамдас бөліктері, компания өнім сапасының деңгейі, өткізу көлемінің өсуі, еңбек өнімділігі, кадрлардың тұрақсыздығы сияқты кәсіпорын қызметінің көрсеткіштеріне әсер етеді деп тұжырымдама жасауға болады [15].

Қорытындылай келе, күшті және монолитті корпоративтік мәдениет табысты компанияның қажетті атрибуты болып табылады, өйткені ол өзін өз ұйымымен теңестіретін және бірлескен күш-жігермен бірыңғай мақсатқа жетуге ұмтылатын қызметкерлерді біріктіреді. Мұндай компанияда негізгі корпоративтік құндылықтарды ұйымның барлық мүшелері бөледі, басым мәдениет қызметкерлердің мінез-құлқына қатты әсер етеді, компания қызметін жоғары құрылымдау және формализациялау қажеттілігі жоғалады, кадрлардың тұрақтамауы төмендейді.

Ұйымның корпоративтік мәдениеті оның элементтерінен тұрады, олар «кірпіштер» сияқты бір-бірімен сауатты түрде бекітілген, бүкіл ғимарат тірек болатын берік іргетас жасайды. Егер элементтердің әрқайсысы басқалармен байланыспаса, онда негізгі қағида бұзылады, жүйелілік пен корпоративтік мәдениет жұмыс істемейді [16].

Корпоративтік мәдениетті қалыптастыру және дамыту – тиімді жұмыс істеу мақсатын алға қойған барлық ұйымдар үшін қажетті және маңызды процесс болуы қажет.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Гейтс Б. Г. Бизнес со скоростью света. – Эксмо-Пресс, 2018. – 165 с.
2. Мызрова К. А. Организационная культура: учебное пособие. – Ульяновск: УлГУ, 2011. – 194 с.
3. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind, Third Edition. – McGraw Hill, 2010. – 576 p.
4. Kotter J. P., Heskett J. L. Corporate Culture and Performance. – New York: Free Press, 1992. – 224 p.

5. Петрухина Е. В., Селютина Е. О. Корпоративная культура и методы ее развития на современном этапе // Научно-исследовательские решения современной России в условиях кризиса. Материалы XXVI Всероссийской научно-практической конференции. – 2020. – С. 524-527.
6. Терехина Т.В. Коллективная идентичность в структуре российской организационной культуры: на примере трудовых коллективов г. Пензы: автореферат диссертационной работы по ВАК РФ 22.00.04. – 2009. – 170 с.
7. Якушева Ю. А. Влияние корпоративной культуры на деятельность предприятий // Синергия наук. – 2017. – № 7. – С. 73-76.
8. Голдстейн Д., Бехар Г. Дело не в кофе: Корпоративная культура Starbucks. – Альпина Паблишер, 2021. – 188 с.
9. Ермишина Е. Б. Корпоративная культура как основополагающий фактор успешного развития организации // Научный вестник ЮИМ. – 2017 – № 1. – С. 56-62.
10. Первакова Е. Е. О механизмах воздействия корпоративной культуры на эффективность и производительность труда [Электронды ресурс] // Электронная библиотека Гражданское общество в России. – 2012. – URL: <http://www.civisbook.ru/files/File/Pervakova.pdf> (Қарау уақыты: 29.03.2022).
11. Савченко Л. С. Оценка эффективности организационной культуры предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2005. – № 12(72). – С. 41-47.
12. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. – СПб: Питер, 2001. – 311 с.
13. Ауелбеков Е. А. Особенности казахстанского менеджмента [Электронды ресурс] // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов [web-сайт]. – 2014. – № 4. – URL: <http://jurnal.org/articles/2014/ekon47.html> (Қарау уақыты: 29.03.2022).
14. Джефф Безос: Важно быть напористым [Электронды ресурс] // Harvard Business Review [web-сайт]. – 2007. – URL: <http://hbr-ussia.ru/liderstvo/lidery/p22091/> (Қарау уақыты: 28.03.2022).
15. Солодухин К. С. Модели поддержки принятия стратегических решений на основе системы сбалансированных показателей // Экономические науки. – 2009. – № 4(53). – С. 253-260.
16. Мугалова Ж. А. Корпоративная культура современной организации в условиях меняющегося общества // Вестник Международного института экономики и права. – 2015. – № 3. – С. 79-89.

REFERENCES

1. Gejts, B. G. (2018). Biznes so skorost'yu sveta. Eksmo-Press, 165 p. (In Russian).
2. Myzrova, K. A. (2011). Organizacionnaya kul'tura: uchebnoe posobie. UIGU, Ulyanovsk, 194 p. (In Russian).
3. Hofstede, G. (2010). Cultures and Organizations: Software of the Mind, Third Edition. McGraw Hill, 576 p.
4. Kotter, J. P. and Heskett, J. L. (1992). Corporate Culture and Performance. Free Press, New York, 224 p.
5. Petruhina, E. V. and Selyutina, E. O. (2020). Korporativnaya kul'tura i metody ee razvitiya na sovremennom etape. Nauchno-issledovatel'skie resheniya sovremennoj Rossii v usloviyah krizisa. Materialy XXVI Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii. 524-527 (In Russian).
6. Terekhina, T. V. (2009). Kollektivnaya identichnost' v strukture rossijskoj organizacionnoj kul'tury: na primere trudovyh kollektivov g. Penzy: avtoreferat dissertacionnoj raboty po VAK RF 22.00.04. 170 p. (In Russian).
7. Yakusheva, Yu. A. (2017). Vliyanie korporativnoj kul'tury na deyatelnost' predpriyatij. Sinergiya nauk, 7, 73-76 (In Russian).
8. Goldstejn, D. and Bekhar, G. (2021). Delo ne v kofe: Korporativnaya kul'tura Starbucks. Alpina Publisher, 188 p. (In Russian).
9. Ermishina, E. B. (2017). Korporativnaya kul'tura kak osnovopolagayushchij faktor uspehnogo razvitiya organizacii. Nauchnyj vestnik YUIM, 1, 56-62 (In Russian).

10. Pervakova, E. E. (2012). O mekhanizmah vozdejstviya korporativnoj kul'tury na effektivnost' i proizvoditel'nost' truda. Elektronnaya biblioteka Grazhdanskoe obshchestvo v Rossii. Retrieved March 29, 2022, from <http://www.civisbook.ru/files/File/Pervakova.pdf> (In Russian).
11. Savchenko, L. S. (2005). Ocenka effektivnosti organizacionnoj kul'tury predprinimatel'stva. Rossijskoe predprinimatel'stvo, 12, 41-47 (In Russian).
12. Kameron, K. and Quinn, R. (2001). Diagnostika i izmenenie organizacionnoj kul'tury. Piter, Saint-Petersburg, 311 p. (In Russian).
13. Auelbekov E. A. (2014). Osobennosti kazahstanskogo menedzhmenta. Zhurnal nauchnyh publikacij aspirantov i doktorantov, 4. Retrieved March 29, 2022, from <http://jurnal.org/articles/2014/ekon47.html> (In Russian).
14. Jeff Bezos: Vazhno byt' naporistym. (2007). Harvard Business Review. Retrieved March 28, 2022, from <http://hbr-ussia.ru/liderstvo/lidery/p22091/> (In Russian).
15. Soloduhin K. S. (2009). Modeli podderzhki prinyatiya strategicheskikh reshenij na osnove sistemy sbalansirovannykh pokazatelej. Ekonomicheskie nauki, 4(53), 253-260 (In Russian).
16. Mugalova, Zh. A. (2015). Korporativnaya kul'tura sovremennoj organizacii v usloviyah menyayushchegosya obshchestva. Vestnik Mezhdunarodnogo instituta ekonomiki i prav, 3, 79-89 (In Russian).

CORPORATE CULTURE AS AN EFFECTIVE TOOL FOR ORGANIZATIONS

M. K. Kozhakhmetova^{1*}, M. M. Alieva¹, K. A. Madykhanova²

¹Narxoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan

²Almaty Management University, Almaty, Kazakhstan

ABSTRACT

The purpose of the study. Today corporate culture is based on its great role as the most important tool for the effective functioning of organizations, on the study and evaluation of the impact of corporate culture on the activities of organizations in order to improve management and increase the efficiency of organizations. In general, there is a need to assess the impact of corporate culture on the final result of the organization's activities and its effectiveness as a tool for creating favorable conditions for improving the efficiency of enterprise management.

Methodology. Theoretical and methodological basis of the study was made up of works, monographs, scientific publications of foreign and domestic scientists. Logical principles were used to define the basic theoretical concepts. A review of literary sources on the research topic was carried out.

Originality / value of the research. The development of a corporate culture that contributes to the formation of the corporate identity of employees, allows you to effectively use human resources to implement your strategy, improve corporate governance, strengthen team cohesion and use corporate values as a strategic motivating factor for employees to achieve corporate goals.

Findings. The article presents calculations in the form of a practical calculation of the impact of corporate culture on the performance of the organization.

Keywords: corporate culture; the formation of corporate culture; corporate culture management; corporate culture assessment, quantitative method.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

М. К. Кожухметова^{1*}, М. М. Алиева¹, К. А. Мадыханова²

¹Университет Нархоз, Алматы, Республика Казахстан

²Алматы Менеджмент Университет, Алматы, Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель исследования. Сегодня корпоративная культура основывается на ее большой роли как важнейшего инструмента эффективного функционирования организаций, на изучении и оценке влияния корпоративной культуры на деятельность организаций с целью улучшения управления и повышения эффективности организаций. В целом есть необходимость дать оценку влияния корпоративной культуры на конечный результат деятельности организации и ее эффективность как инструмента создания благоприятных условий для повышения эффективности управления предприятием.

Методология исследования. Теоретико-методологическую основу исследования составили работы, монографии, научные публикации зарубежных и отечественных ученых. Логические принципы использовались для определения основных теоретических понятий. Проведен обзор литературных источников по теме исследования.

Оригинальность / ценность исследования. Развитие корпоративной культуры, которая способствует формированию корпоративной идентичности сотрудников, позволяет эффективно использовать человеческие ресурсы для реализации своей стратегии, повышать корпоративное управление, укреплять командную сплоченность и использовать корпоративные ценности как стратегический мотивирующий фактор для сотрудников в достижении корпоративных целей.

Результаты исследования. В статье представлены расчеты в виде практического расчета влияния корпоративной культуры на результаты деятельности организации.

Ключевые слова: корпоративная культура, формирование корпоративной культуры, управление корпоративной культурой, оценка корпоративной культуры, количественный метод.

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ

Кожухметова Марал Кененбаевна – экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Нархоз Университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы, e-mail: maral.kozhakhmetova@narхоз.kz*

Алиева Марияш Мугинновна – аға оқытушы, Нархоз Университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы, e-mail: mariyash.alieva@narхоз.kz

Мадыханова Кундыз Адилхановна – экономика ғылымдарының кандидаты, доцент, Алматы Менеджмент Университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы, e-mail: madyханова77@mail.ru