

КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

В. М. Москаleva (МГУ имени А. А. Кулешова)

Науч. рук. *И. Г. Купцова*,

ст. преподаватель

Корпоративные коммуникации – комплекс процессов и действий, направленных на построение и поддержание эффективных связей между организацией и ее заинтересованными сторонами.

В. В. Козлов дает определение корпоративной культуры как «системы формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаяев, индивидуальных и групповых интересов, поведенческих характеристик работников определенной организационной структуры, стиля управления, показателей удовлетворенности работников условиями труда, взаимного сотрудничества, выявления сотрудниками предприятия и перспектив его развития» [2, с. 269].

Факторы формирования корпоративной культуры: рабочая группа, лидерство в организации, организационные характеристики, философия и ценности компании, которые закладываются основателями, окружающая среда. Коммуникации играют значительную роль в трансляции ценностей и норм корпоративной культуры. Они являются главным инструментом, посредством которого культура компании доносится до ее сотрудников, укрепляется и поддерживается. Вот основные аспекты этой роли:

1. Определение и формулирование ценностей и норм.
2. Распространение информации и обучение.
3. Вдохновение и мотивация.
4. Создание чувства общности и вовлеченности.
5. Управление изменениями [1, с. 69].

Коммуникация помогает формированию эффективной корпоративной культуры, выражая общие ценности и философию организации, формируя общность и привязанность среди сотрудников, а также положительный имидж.

Литература

1. **Козлов, В. В.** Корпоративная культура: опыт, проблемы и перспективы развития / В. В. Козлов. – М.: Гардарикиа, 2016. – 269 с.
2. **Аксенова, А. Д.** Роль внутренних коммуникаций в построении корпоративной культуры / А. Д. Аксенова // Научные записки молодых исследователей. – 2023. – Т. 11, № 1. – С. 66–76.