

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ СТАБИЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Хохлова Н. М., ст. преподаватель кафедры «Маркетинг»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Эффективность работы любого предприятия, его развитие, во многом зависят от внутренней среды, которая на нем сформировалась, а точнее от того насколько она является благоприятной для его деятельности и развития. Исходя из этого, появилось такое понятие как «корпоративная культура» которое и определяет внутреннюю среду предприятия.

Корпоративная культура – это не явный, но мощный стратегический инструмент. Она способствует развитию предприятия, позволяет ориентировать сотрудников на достижение общих целей, создает инициативу сотрудников, улучшает общение [3].

Корпоративная культура – это не только совместные увеселительные мероприятия, но и система мотивации сотрудников, их ценности и нормы, система стимулирования и вознаграждения. Корпоративную культуру обычно формирует сам коллектив, поведение его лидеров, внутренние и внешние информационные потоки [1].

Корпоративную культуру обычно изучают на трех уровнях: уровень артефактов (т. е. видимые процессы, а именно форма одежды, планировка, здания, символика), которые устанавливаются на предприятии в период его развития, создаются основателем и редактируются последующими руководителями и сотрудниками); уровень ценностей (высказывания и действия членов организации, которые отражают общие ценности и задаются руководством предприятия как часть его стратегии); уровень базовых представлений (это основа культуры организации, она определяет поведение людей и находится на подсознательном уровне сотрудников) [3].

Очень часто на предприятиях корпоративная культура складывается спонтанно, и она не всегда удовлетворяет функциям, которые на нее возлагают. Для формирования положительной корпоративной

культуры необходимо формирование доверия к руководителям высшего звена, их «живое» общение с коллективом посредством конференций, планерок, управление неформальными потоками информации, выявление и вовлечение в корпоративные проекты лидеров и т. д.

Кроме методов, которые помогают созданию корпоративной культуры, существуют моменты, которые этому препятствуют. При создании корпоративной культуры не рекомендуется:

- создавать двойную политику (законы и правила отдельно для персонала и отдельно для руководящих должностей);
- вести активную пропаганду ценностей персоналу, который не всегда с ними согласен (например, о том, что компания работает ради клиента, интересы сотрудника при этом уходят на второй план);
- создавать раздвоение подходов (огласке придается одно, а на деле происходит совсем другое) [2].

Белорусские предприятия в большинстве своем понимают и оценивают важность и значимость корпоративной культуры. Например, опрос, проведенный среди сотрудников предприятия СОАО «Коммунарка», в котором приняли участие сотрудники двух цехов (из пяти имеющихся), различных должностей, показал, что 68 % опрошенных чувствуют себя на своем месте, чувствуют особую корпоративную культуру своего предприятия и, безусловно, оценивают ее значимость. Таким образом, правильно сформированная корпоративная культура влияет на результаты работы предприятия, помогает, благодаря сплоченности коллектива, в достижении поставленных целей в более короткие сроки, с более высокой эффективностью.

Список литературы

1. Савчук, Л. В., Булакова, А. Н. Развитие корпоративной культуры / Л. В. Савчук и др. – М.: Персонал, 2012. – 157 с.
2. Корпоративная культура как инструмент управления [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.treninginsk.ru/stati/9-stati/72>. – Дата доступа: 07.02.2017.
3. Шейн, Э. Организационная культура и лидерство / В. А. Спивак, пер. с англ. – СПб: Питер, 2015. – 218 с.