

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК СКРЫТЫЙ РЕЗЕРВ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Студентка гр. 10МДЛК (I) Ванагель О.Н.

Кандидат экон. наук, доцент Мещерякова Е.В.

Белорусский государственный технологический университет

Сегодня одним из важнейших факторов конкурентоспособности любой организации на рынке является наличие сильного командного духа, единых ценностей. «Корпоративная культура – это система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность, восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющаяся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды»[1]. Корпоративная культура формирует политику внутри компании, она нужна и для внешней прозрачности бизнеса. Развитие корпоративной культуры необходимо для позиционирования компании на рынке и для развития её бренда. Специфические культурные ценности организации могут касаться следующих вопросов: - предназначение организации и её "лицо" (высшее качество, лидерство в своей отрасли, дух новаторства);

- старшинство и власть (полномочия, присущие должности или лицу, уважение старшинства и власти- значение различных руководящих должностей и функций (полномочия отдела кадров, важность постов различных вице-президентов, роли разных отделов);

- обращение с людьми (забота о людях и их нуждах, уважение к индивидуальным правам, обучение и возможности повышения квалификации, справедливость при оплате, мотивация людей);

- организация работы и дисциплина;

- стиль руководства и управления (авторитарный, консультативный или стиль сотрудничества, использование комитетов и целевых групп);

Топ-менеджмент и рядовые сотрудники компании должны понимать и принимать единую цель, к которой движется компания. Корпоративная культура выполняет функции внутренней интеграции и внешней адаптации организации.

Литература

1. Спивак, В.А. Корпоративная культура / В.А. Спивак. – СПб.: Питер, 2001. – 352 с.