

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА - МОДА ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ

Нырков Иван Сергеевич

магистрант, ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений», РФ, г.Москва

Ради чего человек идет на работу? Данный вопрос многим покажется глупым, ведь очевидный ответ – ради денег. И правда, на работу мы устраиваемся потому что нам нужно платить по счетам, покупать еду и другие предметы первой необходимости. Это программа-минимум. Однако, раз этот фактор является основополагающим, следует исключить его из исследования данного вопроса. И что останется тогда? Убрав материальное из вариантов ответа, можно получить интересную картину. Окажется, что существует целый ряд возможных причин: это общение с коллегами (друзьями), это интерес, преданность делу, это может быть и «потому что нечего делать дома», в конце концов. И если последний вариант столь же глуп, сколь и малораспространен, следует обратить свое внимание на первые два. Именно факторы преданности делу компании и вовлеченности в коллектив формируют такое понятие, как «лояльность», которое позволит компании удержать ценных сотрудников.

Так как же создать у работников эту самую лояльность? К счастью, есть вполне универсальный инструмент, называющийся «Корпоративная культура». Посмотрев в учебник для бакалавров, можно узнать, что термин "корпоративная культура" используется для обозначения формализованных или неформальных норм и правил поведения сотрудников в организации [1, С.68].

Однако, лично проведя небольшой опрос среди знакомых и друзей, занятых на различных российских предприятиях, я пришел к выводу, что работодатели не сильно стремятся развить серьезную корпоративную культуру, а если и пытаются, то делают это без конкретного плана, а просто потому что «так делают в Европе», «чтобы было». Это создает ассоциацию с модой, которой многие люди следуют просто потому что «так принято».

Но так ли это? Действительно ли корпоративная культура зависит лишь от работодателя? Или сотрудник тоже может и должен участвовать в ее создании или работе?

В ответ на этот вопрос приведу рисунок из книги Елены Ветлужских (сертифицированный коуч, консультант):

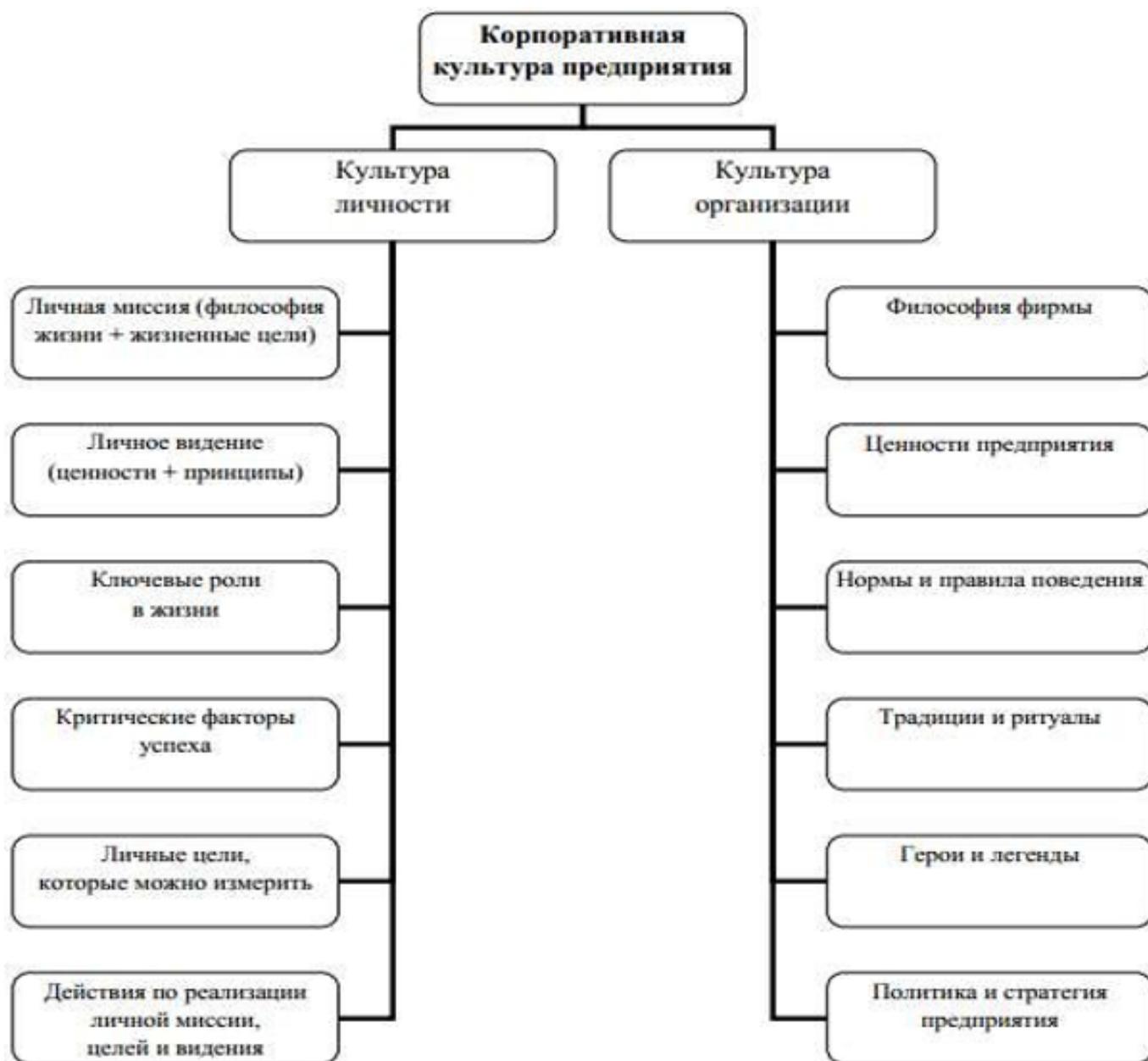


Рисунок 1. Корпоративная культура предприятия[2]

На рисунке хорошо показана система формирования корпоративной культуры. Оказывается, для успешного функционирования корпоративной культуры требуются не только меры со стороны работодателя, но и соответствие со стороны работника. То есть, руководитель, желающий создать настоящую корпоративную культуру, которая будет работать на благо компании и коллектива, а не просто существовать «для галочки», должен не только создавать нормы и правила поведения, но и подбирать сотрудников с подходящими целями, ценностями и философией.

Кроме этого, мы понимаем, что определение, данное в учебнике, было не полным. Корпоративная культура включает в себя не только нормы и правила поведения, но и ценности, философию, традиции и мероприятия.

К сожалению для многих российских руководителей, в вопросе создания корпоративной культуры, слепое копирование ни к чему не приведет. Задумайтесь: когда вы думаете о работниках таких известных компаний, как «Apple», «Google» или даже наш «Газпром» и работающий долгое время на российском рынке «Яндекс», вы же невольно представляете их какими-то особенными, несущими на себе знак отличия компании, в которой они работают.

Это и есть внешнее проявление корпоративной культуры. Она не только создает лояльность, но, на определенном этапе, начинает поддерживать общий имидж компании и бренда.

В связи с этим, откровенно пассивная позиция некоторых российских руководителей относительно создания и развития корпоративной культуры в своих компаниях выглядит крайне слабо. Не нужно быть гением, чтобы понять, как отразится на эффективности сотрудника соответствие ценностей компании его личным ценностям, философии компании – личной философии. Данное утверждение не раз подтверждалось исследованиями, а если и это выглядит не убедительно, достаточно лишь посмотреть на самые известные и сильные компании мира: в каждой из них есть своя развитая корпоративная культура, заметная любому.

В качестве вывода, стоит сказать, что создание корпоративной культуры и ее развитие на всех уровнях компании не должно являться чем-то «модным», но должно восприниматься руководителями как важный и даже необходимый инструмент достижения успеха.

Список литературы:

1. Управление персоналом: учебник и практикум для прикладного бакалавриата/ под ред. А. А. Литвинюка. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 498 с. – Серия: Бакалавр. Прикладной курс.
2. Ветлужских Е. Мотивация и оплата труда: Инструменты. Методики. Практика. М.: Альпина Паблицер., 2018. - 150 с.