

А. Ю. Гапонов
(школьник)

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИЯХ

Данная статья посвящена изучению корпоративной культуры, без которой успех на современном рынке невозможен. Корпоративная культура (КК) — это совокупность моделей поведения сотрудников в данной организации. Эти модели приобретаются в процессе внутреннего сплочения всех сотрудников и соблюдаются большинством из них. Культура корпорации может рассматриваться как выдвижение основных ценностей, норм и традиций в организационной структуре; кадро-

вой политике; системе управления; внутри культурной дисциплине, оказывая на них свое влияние.

Не стоит думать, о явном проявлении КК на поверхности, ее достаточно трудно «нащупать». Если представить, что организация имеет «душу», то этой душой и будет являться КК. Корпоративная культура — тонкий инструмент, позволяющий ориентировать сотрудников на достижение общих целей, мобилизовать инициативу работников и создать продуктивную атмосферу между ними. Любое стабильно развивающееся, здоровое предприятие, ориентированное на успех, большое внимание уделяет своей внутрикорпоративной культуре. Не у каждого руководителя получится создать свою КК, ведь, прежде всего, нужно быть хорошим организатором, мудрым управляющим, грамотным тактиком и стратегом.

В современных условиях ведения бизнеса руководство организации заинтересовано в том, чтобы нестандартность мышления сотрудников и новаторство являлись важнейшими и незаменимыми составляющими КК. В свою очередь корпоративная культура создаёт платформу для создания принципиально новых идей, благоприятные условия для нововведений и их рационального применения. Подбирая лучшие кадры и реализовывая их потенциал, организация получает ощутимые результаты, как в увеличении прибыли, так и в виде высоких позиций на рынке.

Организация — сложнейший организм, и его основой жизненного потенциала является организационная культура. В «организме» всё взаимосвязано. Тренируя «организм», готовя его к трудностям, приучая к преодолению препятствий в сфере бизнеса, организация выигрывает в конкурентной борьбе и громко заявляет о себе на рынке. Руководитель создает те ценности и нормы, которые близки ему, соответствуют интересам компании и, прежде всего, симпатизируют интересам наших сотрудников, а так же повышают эффективность их труда. И это все благодаря высокому уровню КК.

В современных условиях формирования КК много уделяют внимание, казалось бы, мелочам: вплоть от интерьера помещения организации до внешнего вида сотрудников. Руководство следит за современными тенденциями и не пропускает их мимо себя, а наоборот отражает и досконально прорабатывает в культуре своей корпорации. Все это не только отличает организации друг от друга, но и существенно предопределяет успех функционирования и выживания организации в долгосрочной перспективе. Корпоративная культура — это имидж организации, авторитет в глазах сотрудников. От имиджа организации зависит отношение поставщиков, партнёров, покупателей и клиентов к организации и к её продукту. Корпоративная культура — это то, что, из себя, представляет организация.

Современные тенденции формирования отечественной КК имеют как плюсы, так и минусы. Руководители стали обращать внимание, на то, чем же живёт их рабочий коллектив. Руководители заметили прямую связь влияния КК на прибыль организации, на её имидж и успешный рост. Начальство научилось дорожить своими кадрами, задумываясь больше о максимально возможном существовании организации на рынке, чем о скором заполнении карманов. Одной из основных целей современных компаний является разработать четкий план по поддержки КК. Это проведение корпоративных мероприятий, тренинги и семинары для сотрудников, создание внутрикорпоративных праздников, корпоративный отдых и т. д.

С другой стороны, отсутствие общей, устойчивой культуры по стране в целом плачевно сказывается и на КК внутри организаций. Теперь каждая организация работает на себя, приоритеты предприятия ставятся на первое место, и руководители создают свою маленькую, но надёжную культуру. Если культура советских предприятий формировалась вокруг выполнения плана, то сегодня цели корпоративных ценностей — это конкретный материальный результат, клиент, партнёрство и качество товара.

Россия очень старается активно применять импортные модели «корпоративной культуры», но оценить результаты в полном объеме не получается, опять же из-за стыка культур. Используя опыт западных менеджеров, предпринимателей, их модель ведения бизнеса, мы смешиваем его с формами восточного предпринимательства и получаем, что-то вроде нашей КК. Это не очень хорошо, но и не очень плохо, если анализировать негативный опыт двух культур и не повторять их ошибок. Наоборот даже постараться вывести свою формулу успеха, которая приживется на отечественном рынке.

Исследователи ведущих российских компаниях вывели 3 самые распространенные отечественные модели КК:

1. «Дружба дружбой, а денежки врозь». «Друзья» — именно такое название получила первая модель. Когда на заре перестройки робко поднял голову частный бизнес, друзья объединялись, чтобы строить с нуля. Да и одному в бой идти страшнее, ведь вместе решать проблемы легче. Это модель применяется, и по сей день, но особую популярность приобрела в 90-е годы.

Как правило, такие истории с грустным концом. После эйфории от первых заработанных денег начинаются внутрикорпоративные разборки на тему: «кто больше сделал», «кто больше вложил» и «как будут делиться деньги».

Каждый считает, что именно на его плечах держится компания, и до последнего стоит на своем мнении. Кто же получит львиную долю, когда каждый компаньон уверен, что он трудился больше.

2. «В семье не без урода». Вторая модель носит название «семья». В компании есть «родители» и разного возраста «дети». «Родители» уверены, что «дети» знают, что нужно делать и как себя вести. «Дети» стараются всячески угодить особо любимому «родителю», чтоб тот поощрил его за старания, допустим повышением. «Родители» имеет особенно «любимых детей», которые в свою очередь хорошо взаимодействуют с «родителями», которые их любят не меньше. В вечный беспорядок и хаос с нулевым уровнем распределения обязанностей и ведением бизнеса в общем.

3. «Ты начальник, я — дурак». Что же подразумевает под собой третья модель — «культура начальника»? Это типичная для русского человека неприязнь к начальству. Каждый второй в компании критикует начальство и считает, что у него самый ужасный руководитель, и лелеет мысль о том, что где-то есть тот самый умный, добрый, отзывчивый руководитель.

К сожалению, в настоящее время только в 20 % отечественных компаний осознанно формируют организационную культуру. На Западе эту проблему рассматривают более серьёзно, поэтому в 70 % компаний менеджеры активно участвуют в формировании корпоративной культуры. На Востоке же, данный вопрос стоит на первом месте в 90 % организаций. В Японии преданность компании возводится до уровня культа.

То, что в России пока мало уделяют внимания проблеме создания корпоративной культуры, можно объяснить относительной молодостью отечественного бизнеса. Также влияет тот фактор, что наша страна находится на стыке двух культур — Запада и Востока. У России ещё нет пока чётко сформулированной национальной идеи, которую принимало бы большинство населения, а это в свою очередь влияет на формирование комплекса ценностей на более низком уровне.

Высокий уровень КК прямо пропорционален конкурентоспособности организации, а так же напрямую влияет на увеличение прибыли. Правильные современные тенденции формирования КК позволяют организации добиваться лидирующих позиций на рынке. Меняются экономическая политика, а с ней и общая модель ведения бизнеса, но не изменяется преданность коллектива своей организации, если в ней уделялось повышенное внимание. Можно купить технологию, оборудование, материалы и другие ресурсы, но человеческий фактор никогда не купишь, им нужно управлять и управлять эффективно, это можно достичь только благодаря эффективной и социально ориентированной корпоративной культуре.

Список литературы

1. URL: <http://bizz-info.at.ua>.
2. URL: http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=462179#_ftn9.

3. URL: http://www.coolreferat.com/Формирование_корпоративной_культуры.
4. URL: http://www.coolreferat.com/Корпоративная_культура.
5. URL: <http://referatwork.ru/refs/source/ref-126364.html>.
6. URL: <http://studentbank.ru/view.php?id=68965&p=1>.
7. URL: <http://www.animesector.ru/forum/showthread.php?t=2660>.
8. URL: <http://www.char.ru/288/284492.htm>.
9. URL: <http://ru.wikipedia.org>.
10. URL: <http://btimes.ru/torgovlya-i-uslugi/osobennosti-biznesa-v-yaponii>.