

Боброва А.Ю., студ. гр. 311 ФКиСКД
БГУКИ
Научный руководитель – Белякова О.И.,
ст. преподаватель

МЕТОДИКИ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

В последние годы многие белорусские управляющие стали делать акцент на формирование корпоративной культуры в компании, так как корпоративная культура признана одним из самых эффективных средств управления сотрудниками и достижения максимальной прибыли.

Корпоративной культурой называется система норм и ценностей, присущих данной фирме, отражающих ее индивидуальность, восприятие себя и других [1]. Она проявляется в первую очередь в поведении сотрудников предприятия. Формирование корпоративной культуры – длительный и сложный процесс, затраты на который окупаются благодаря повышению организационной эффективности. Несмотря на это выработаны различные методики формирования корпоративной культуры. Рассмотрим наиболее релевантные из них.

Методика 1 (общая формула)

Формирование корпоративной культуры распадается на четыре этапа: 1) определение миссии организации, базовых ценностей; 2) формулирование стандартов поведения членов организации; 3) формирование традиций организации; 4) разработка символики [2].

Методика 2

Автор данной методики М.Шустова считает необходимым учитывать внутренние и внешние факторы, оказывающие влияние на формирование корпоративной культуры. К внешним факторам относятся окружение, ресурсы, история и стратегия развития организации; к внутренним – организационное, групповое и индивидуальное поведение, межгрупповые отношения[1]. М.Шустова рекомендует при формировании корпоративной культуры действовать по нескольким направлениям (блокам):

1. *Стратегический блок* – определение миссии компании: ценностные ориентации, внутренняя мораль и философия, определение основных базовых ценностей.

2. *Блок методического обеспечения* – разработка документов (положение об организации, внутренние регламенты компании, регулирующие взаимоотношения организации с персоналом, основные процедуры, обеспечивающие деятельность работников и т. д.).

3. *Кадровая политика и обучение* – разработка и внедрение кадровой политики, включая систему мотивации персонала, анализ потребностей в персонале, адаптация (введение в должность) новых сотрудников, введение проекта наставничества и постановка систем информирования и обратной связи.

4. *Традиции и символика* – формирование традиций организации; разработка символики [2].

Методика 3

Выделяются следующие ключевые факторы, оказывающие влияние на формирование корпоративной культуры компании: личность руководителя, сфера бизнеса, особенности технологии, нормы и требования среды, этап развития компании [4]. Соответственно, выявляются основные этапы работы по формированию и развитию корпоративной культуры: анализ существующей культуры, разработка Корпоративного Кодекса, определение форм и методов работы, реализация проектов, анализ изменений.

Главный результат успешной работы по формированию и развитию корпоративной культуры компании – это приверженность сотрудников, то есть отождествление человека со своей организацией, выражающееся в стремлении работать в ней и способствовать ее успеху. Для формирования приверженности сотрудников целям и ценностям компании используются различные методы [3]:

Составляющие приверженности	Методы формирования
-----------------------------	---------------------

Интеграция	<ol style="list-style-type: none"> 1. Брендинг 2. Корпоративные СМИ 3. Корпоративные стандарты
Вовлеченность	<ol style="list-style-type: none"> 4. Обучение и развитие персонала 5. Корпоративные конференции, семинары 6. Конкурсы, поощрение инициатив
Лояльность	<ol style="list-style-type: none"> 7. Социальные программы, льготы и привилегии 8. Корпоративные праздники, поздравления 9. Семейные программы 10. Спорт, культура, благотворительность, экология

На наш взгляд, все три рассмотренные методики применимы для нашей страны, так как они учитывают существующие законы трудовой деятельности и принцип доверия в отношениях между руководством и подчиненными.

Рассмотрим международный опыт формирования корпоративной культуры в творческой сфере на примере крупнейшего медиахолдинга России компании СТС. Данная компания является лидером в российской медиаиндустрии. На наш взгляд, такой успех был обеспечен грамотно сформированной в компании корпоративной культурой. Показателем высокого уровня корпоративной культуры является сайт компании [5], где четко определены миссия и ценности компании, история компании, стратегия развития, корпоративная ответственность, размещен кодекс делового поведения и этики.

Руководство СТС делает акцент на следующие ценности: новаторство, креативность, ответственность и увлеченность. Причем при описании каждой ценности включены и иные компоненты, привлекающие новых сотрудников и повышающие уровень лояльности существующей команды: забота о зрителях, возможность личностного роста, что предполагает комфортную атмосферу в компании, чувство значимости каждого сотрудника для достижения результата.

Интересно отношение к дизайну и планировке территории и зданий, мебели. Входное пространство "СТС-Медиа" не оставляет сомнений, что вы попали в офис телеканала – на стене за рецепцией расположено множество маленьких экранов с разными программами. Простые крупные формы мебели, залитое светом пространство настраивают на позитив и не отвлекает лишними деталями.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что постоянная работа над корпоративной культурой компании действительно укрепляет репутацию и лидерские позиции компании на рынке благодаря повышению уровня лояльности сотрудников. Знание сотрудниками миссии и цели компании мотивирует их на более качественное выполнение своих обязанностей. Осознание проявляющейся по отношению к работнику заботы, высокие моральные ценности компании также положительно влияют на организацию в целом.

Список используемых источников:

1. Шустова, М.С. Оптимизация процесса формирования корпоративной культуры: автореф. дис. ... канд. психолог. наук: 19.00.13 / М.С. Шустова; Рос. Акад. Госслужбы при Президенте РФ. – М., 2009. – 31с.
 2. HR-Академия [Электронный ресурс] / HR-Академия. Обучение со спецэффектом. – Режим доступа: http://www.hr-academy.ru/to_help_words.php?id=10. – Дата доступа: 19.02.2012.
 3. Корпоративная культура [Электронный ресурс] / Электронный справочник по HR. – Режим доступа: <http://www.hr100.ru/wmc/function/culture/>. – Дата доступа: 10.03.2012.
 4. Программа формирования корпоративной культуры [Электронный ресурс] / Основы HR. – Режим доступа: <http://azps.ru/training/korporat.html>. – Дата доступа: 25.02.2012.
- О компании СТС [Электронный ресурс]/ Официальный сайт СТС Медиа. – Режим доступа: <http://www.ctc-tv.biz/>. – Дата доступа 27.03.2012.