

Corporate culture and strategy of the organization
Dosalieva N.
Связь корпоративной культуры и стратегии организации
Досалиева Н. А.

*Досалиева Наталья Андреевна / Dosalieva Natalya – студент,
факультет математической экономики, статистики и информатики,
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, г. Москва*

Аннотация: в статье анализируется влияние стратегии развития компании на корпоративную культуру. Рассматривается такой инструмент поддержки взаимодействия персонала как корпоративный портал.

Abstract: the article analyzes the impact of the company's development strategy in the corporate culture. Such a tool to support the interaction of staff as a corporate portal is also examined.

Ключевые слова: анализ, стратегия, корпоративная культура, корпоративный портал.

Keywords: analysis, strategy, corporate culture, corporate portal.

*«Ваши сердца должны принадлежать нашему бизнесу»
Томас Уотсон, основатель IBM*

Каждая компания сталкивалась с вопросом: соответствует ли существующая в компании стратегия ее корпоративной культуре? Как только стратегия выработана, необходимо привести в строгое соответствие с ней культуру фирмы и в дальнейшем удерживать в таком состоянии. Чтобы в сложной рыночной среде достигнуть устойчивых конкурентных преимуществ, современные организации должны ориентироваться не только на реализацию имеющегося трудового потенциала сотрудника, но и на формирование его предпринимательской активности и творческого потенциала, мотивации к межличностным коммуникациям внутри компании и непрерывному образованию. Для эффективного функционирования организации необходим процесс стратегического управления персоналом и наличие корпоративного портала, который будет существенно увеличивать эффективность работы каждого сотрудника, а, следовательно, влиять и на производительность компании в целом.

Организационную культуру можно рассмотреть как систему ценностей, принципов, образцов поведения и представлений, разделяемых всеми членами коллектива или их большинством. Каждый сотрудник должен осознавать, что представляет собой данное предприятие, его роль и место в отношении покупателей и конкурентов, миссию и стратегию, чтобы, работая, понимать свои непосредственные задачи и цели.

Корпоративная культура в разных организациях может по-разному влиять на деятельность и поведенческие нормы. Организационная культура может быть сильной и представлять собой четкую миссию, не меняющуюся при смене руководства, приверженность сложившимся традициям, заботу о благополучии работников, клиентов и акционеров. Фирма уделяет значительное время объяснению четких принципов персоналу. В случае конфликта со стратегией под влиянием изменений внешней среды будут необходимы масштабные изменения. Если в организации существуют слабые связи между подразделениями, отсутствует система ценностей, можно различить множество субкультур, то такая культура слабая. В таком случае отсутствует понимание целей, сотрудники считают фирму лишь местом получения дохода.

Можно также различить адаптивную организационную культуру, которая характеризуется способностью быстро и эффективно реагировать и подстраиваться под изменяющиеся условия. В таких компаниях сотрудники не боятся изменений и готовы к поиску решений возникающих проблем.

Высокоорганизованная культура, которая поддерживает стратегию, мотивирует и воспитывает сотрудников, со временем превращая работу в смысл жизни, обеспечив приверженность персонала к идеалам компании.

В связи с ростом рынка информационных технологий, повышением образованности и квалификаций у работника, требуются комплексные и тонкие методы управления, которые направлены на формирование общественного мнения и настроения. Таким подходом является внедрение корпоративного портала — нового поколения программного обеспечения для усиления корпоративной культуры, облегчения коммуникаций с клиентами и внутри компании, эффективной организации бизнес-процессов.

Мы рассматриваем корпоративную культуру, как принятые в организации правила или модели поведения, которые сотрудники соблюдают (или стараются придерживаться). Эти правила устанавливаются относительно:

- коммуникации;
- рабочих процессов;
- отношений в коллективе;
- моделей лидерства;
- решения конфликтов;
- процессов взаимодействия вовне (с клиентами, партнерами и другими представителями внешней среды).

И такое «средство», как корпоративный портал дает возможность сотрудникам обсуждать рабочие вопросы с помощью либо форума или чата, и внутренняя переписка компании будет сохраняться на ресурсе, который принадлежит бизнесу. Доступ к этим функциям сможет получить любой сотрудник с помощью веб-интерфейса без необходимости устанавливать дополнительные программы на компьютер. Единая точка входа и удобная навигация по информации позволяет сотрудникам быстрее находить необходимые для них данные и получать доступ к рабочим материалам из любой точки и любого компьютера, благодаря чему рабочий процесс можно не прерывать во время командировок или отсутствия на рабочем месте. Корпоративный портал можно также использовать для обучения и адаптации нового персонала. Новым сотрудникам будет гораздо легче освоиться в работе, благодаря специальному разделу о корпоративной культуре и об истории компании. На портале можно организовать онлайн-обучение, которое экономит время на обучение сотрудников компании, не покидая рабочего места.

Конечно, у организации не всегда существуют необходимые условия для начала комплексной работы над ее «душой», устанавливающей невидимые направляющие рычаги. Руководители часто отдают предпочтение решениям таких приоритетных задач, как налоги, закупка и поставка сырья, нехватка финансовых средств и др. Изменчивость и динамизм деловой среды, новые экономические условия становятся причиной увеличения постоянных коммуникаций с сотрудниками, потребителями, партнерами. Без помощи коллектива, приверженного целям организации, ни один руководитель не сможет на должном уровне решить эти проблемы. Организационная культура создает нормы, которые определяют правила поведения персонала на всех уровнях управления и влияют на кадровую и управленческую политику компании.

По результатам многочисленных исследований руководители предприятий современной России до сих пор осуществляют краткосрочный и среднесрочный период планирования кадровой работы даже без учета нестабильности организационного окружения. В большинстве предприятий по всей стране утрачены прежние ценностные ориентации, а новые еще не успели устояться в личном и общественном сознании. Можно было бы использовать достижения культуры коллективов советского периода - «советского менеджмента», но нужно отметить, что и культура, и общественная жизнь в СССР были слишком идеализированы. В настоящее время в России идет поиск методов и путей ценностной переориентации деятельности людей, а значит, в том числе и производственной деятельности. Российские предприниматели при становлении новой культуры должны не только опираться опыт передовых фирм западных стран и их достижения, но и учитывать особенности переноса на «российскую почву».

В целом, организационная культура является ключом к реализации стратегии, хотя и трудно поддается изменениям. Низкий уровень и совсем отсутствие такой культуры могут стать основной причиной провала стратегии организации. Формирование и использование корпоративной культуры, поддерживающей лояльность работников, увеличивающей адаптивность предприятия и его конкурентоспособность, является итогом продуманных и направленных усилий на развитие духа фирмы.

«Исследования показывают, что большинство успешных компаний имеют сильные организационные культуры. Сильная организационная культура представляет для нее большую ценность, когда она соответствует стратегии компании» [1].

Литература

1. *Карташова Л. В., Никонова Т. В., Соломанидина Т. О.* Поведение в организации: Учебник. М.: ИНФРА-М, 1999. с. 185-206.