

Аудит корпоративной культуры

Корсик Л.А.

Белорусский национальный технический университет

Корпоративная культура — система ценностей, правил, особенностей организации, которые влияют на то, как работают и взаимодействуют между собой и с внешним миром сотрудники и руководители этой организации. Корпоративную культуру можно определить как комплекс разделяемых членами организации мнений, эталонов поведения, настроений, символов, отношений и способов ведения бизнеса, обуславливающих индивидуальность компании. Аудит корпоративной культуры необходим для того, чтобы помочь собственникам малого и среднего бизнеса понять, насколько она способствует достижению стратегических целей организации.

Наличие в трудовых коллективах слабой корпоративной культуры вызывает, как правило, появление депрессивных настроений, чувства беспомощности персонала, низкой оценки профессиональной компетентности, что, в конечном счете, сказывается на работоспособности человека и приводит к снижению продуктивности деятельности. Синдром слабой корпоративной культуры провоцирует нарушения трудовой дисциплины и иные негативные последствия.

Компонентами корпоративной культуры являются: принятая система лидерства, стили разрешения конфликтов, действующая система коммуникации, положение индивида в организации, принятая символика (лозунги, организационные табу, ритуалы). С помощью тестовых методик, опросов, наблюдений и индивидуальных интервью исследуются различные составляющие корпоративной культуры: ценности, установки и убеждения сотрудников, особенности командного взаимодействия внутри компании, особенности мотивации и лояльности персонала, правила и формы взаимоотношений между сотрудниками.

Создание корпоративной культуры, если этим не заниматься специально, происходит стихийно, она складывается из "обломков" культур, привнесенных разными людьми из предыдущих коллективов.

На первых этапах преобразований, в силу неразвитости конкурентной среды, руководители предприятий могли не обращать внимания на проблемы, связанные со слабостью корпоративной культуры.

В условиях рынка корпоративная культура выступает мощным конкурентным преимуществом предприятия, повышая его эффективность функционирования во внешней среде, как правило, за счет увеличения внутренней эффективности.