

Присутствие идеологической составляющей в жизни организации - это показатель ее уровня развития. Обычно идеология бывает достаточно сильна на этапе становления компании, когда бизнес строится по семейной модели, и на этапе расцвета, когда компания приносит стабильную прибыль, процессы в достаточной степени отлажены и коллектив устоялся. На базе идеологии строятся корпоративные ценности. И идеология и ценности в целом являются инструментом управления, с помощью которого служба персонала может решать задачи, которые ставит перед ней руководство. И оценить соответствие корпоративных ценностей можно элементарно по признакам, лежащим на поверхности.

Такая крупная компания как «Газпром нефть» имеет свою собственную идеологию, которая распространяется по компании от центрального аппарата до регионов. Именно грамотно построенная идеология компании мотивирует сотрудника к полной самоотдаче, делает благоприятной трудовую среду для раскрытия его индивидуальности и потаенных талантов. Также важно распространять идеологию на региональные предприятия, чтобы люди, работающие на них, ощущали себя членами единой семьи «Газпром нефти», чувствовали свою принадлежность к мощной корпорации.

Большинство небольших белорусских компаний не используют корпоративную идеологию в отношении своих сотрудников. Однако, опыт таких крупных компаний как «Лукойл», «Белтрансгаз» показывает, что использование этих правил значительно улучшает деятельность компании и отношение работников к компании. Поэтому необходимо, чтобы этические нормы и идеалы были прописаны не только на уровне предприятия, но и на уровне государства.