

Корпоративная культура как инструмент инновационного менеджмента

*Говор Т. А., студ. III к. БГУ,
науч. рук. проф. Паньшин Б. Н.,
д-р техн. наук*

В последние годы многие ученые и исследователи в своих работах обращаются к проблеме взаимосвязи бизнес-этики и корпоративной культуры с модернизацией экономики. Однако данная тема еще недостаточно изучена, что определяет ее актуальность для исследования.

Корпоративная культура — совокупность моделей поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавшие свою эффективность и разделяемые большинством членов организации [1]. Эти модели поведения вырабатываются как целенаправленно, посредством представлений менеджеров о том, как именно должна функционировать компания, так и стихийно — из профессиональной практики и правил, вырабатывающихся в ходе взаимодействия с контрагентами, такими как покупатели, поставщики, конкуренты, правительство.

Термин «корпоративная культура» появился в XIX веке. Он был сформулирован и применен немецким фельдмаршалом Мольтке, который применял его, характеризуя взаимоотношения в офицерской среде. В то время взаимоотношения регулировались не только уставами, судами чести, но и дуэлями: сабельный шрам являлся обязательным атрибутом принадлежности к офицерской «корпорации». Правила поведения, как писанные, так и неписанные, сложились внутри профессиональных сообществ еще в средневековых гильдиях, причем нарушения этих правил могли приводить к исключению их членов из сообществ [1]. Корпоративная культура сейчас стала играть огромную роль. С переходом от чисто капиталистической направленности бизнеса к получению прибыли любым путем к более социально-ориентированной парадигме выстраивания отношений с контрагентами, роль культуры в компании возросла и порой стала играть определяющую роль в выработке политики компании. Без наличия корпоративной культуры, объединяющей сотрудников компании в одно целое невозможно говорить о возможности успешного развития данной компании, в том числе об успешном внедрении инноваций. В корпоративной культуре любого предприятия можно выделить четыре главные составляющие [2]: 1) правила, которые есть в этой организации; 2) социальная политика; 3) создание условий труда; 4) традиции. Рассмотрим каждый из этих блоков с точки зрения инновационного менеджмента.

Для успешного внедрения инноваций, необходима дисциплина и порядок на предприятии. Без них, без четкого распределения полномочий, без писаных и неписаных правил производства и работы, невозможно успешно проводить модернизацию производственных мощностей и внедрение высоких технологий в повседневную практику компаний. Когда существует четкий набор правил и полномочий, иерархия, тогда можно выстраивать производственные цепочки, выявлять на кого нововведения в первую очередь повлияют. Также это дает возможность выявить необходимые мероприятия по обслуживанию инноваций как то организация курсов повышения квалификации без или с отрывом от производства, обучения правилам использования новой техники и так далее.

Социальная политика предприятия также крайне важна. Менеджер должен осознавать, что люди, высококачественный человеческий капитал — это основа, базис внедрения любых инноваций. А высококачественный человеческий капитал, в свою очередь, нуждается в особых условиях. Это могут быть корпоративные мероприятия, совместное отмечаение дней рождения, медицинская страховка, помощь в организации отдыха детей работников летом в лагерях и так далее. Хороший социальный пакет служит мощным стимулом поощрения работника и настроит его на долгосрочное сотрудничество с данным предприятием [3, с. 77], а низкая текучесть кадров необходима при инновационном пути развития компании, поскольку каждый раз переучивать новых работников будет всегда дороже, чем сохранить старых.

Очевидно также, что создание благоприятных условий труда и здоровой рабочей атмосферы на рабочем месте необходимо для успешной работы персонала и повышения их производительности. Именно повышение производительности труда является признаком успешного внедрения инноваций.

Наконец, любые традиции, созданные на предприятии, пусть то отмечаение праздников или дней рождения, или, может, совместные пикники с приходом весны, помогают сплотить коллектив, помочь людям лучше понять миссию компании, сработаться, а, соответственно, впоследствии им будет легче работать над совместными проектами, решать производственные задачи коллективно. Соответственно, корпоративные традиции способствуют повышению лояльности персонала и эффективности его совместной работы.

Таким образом, исходя из всего вышесказанного, корпоративная культура является важнейшим инструментом инновационного менеджмента и служит основой для успешного внедрения инноваций на любом предприятии, а также способствует повышению производительности работы и сплочению коллектива компании.

Литература

1. Корпоративная культура [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Корпоративная_культура. — Дата доступа: 13.04.2011
2. Корпоративная культура [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: <http://news.tut.by/economics/210971.html>. — Дата доступа: 13.04.2011
3. Психология управления и основы лидерства: учеб. пособие / Л. А. Вайнштейн. — Минск: ГИУСТ БГУ, 2008. — 279 с.

Развитие персонала и инструментальный метод управления системой нематериальной мотивации

*Голубицкая И. Г., студ. V к. БГУИР,
науч. рук. Живицкая Е. Н.,
канд. техн. наук, доц.*

В настоящее время во многих отраслях экономики существует острая нехватка высококвалифицированных специалистов, которую можно охарактеризовать как «кадровый голод». В этих условиях качественно выстроенная система развития сотрудников является важным элементом системы управления персоналом, особенно для быстрорастущих и динамично развивающихся компаний. В западном менеджменте для этого применяют разнообразное множество методов. Отечественные компании последнее время также осуществляют развитие персонала с помощью этих способов, что, разумеется, позитивным образом складывается на их деятельности.

Разрабатывая действенную и эффективную систему развития сотрудников, большинство компаний забывают о продуманной системе мотивации, адаптированной для данной организации.

Существует три системы мотивации: система прямой материальной мотивации, система косвенной материальной мотивации, система нематериальной мотивации. В настоящее время система нематериального стимулирования в отечественных компаниях недооценена. Однако на нее стоит обратить внимание, поскольку она является одним из компонентов эффективной системы мотивации персонала для обеспечения организации высококвалифицированными работниками и снижения текучести кадров.

Для разных сотрудников одинаковые стимулы имеют совершенно разную ценность. Актуальной проблемой является разработка такой системы