

Ковач М.С.

КРИЗА ЯК ПРИВІД ЗМІНИ ЗМІСУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Одним з визначень корпоративної культури можна вважати систему цінностей організації, які знайшли відображення в викладених принципах корпоративної культури, нормах та правилах внутрішньої поведінки персоналу, що розділяються більшістю та обов'язкові для дотримання всіма співробітниками організації. Частіш за все зміст принципів корпоративної культури містить інформацію про значущі для акціонерів, інвесторів, власників особливості поведінки персоналу. Більш розвинуті та сучасні корпорації вносять в ці принципи й елементи, які мають значення і для інших учасників корпоративних відносин – суспільства, державних органів, партнерів, робітників.

Криза в економіці або в усіх сферах життєдіяльності людей частіш за все призводить до погіршення виконання корпораціями принципів корпоративної культури, до знецінення її головних правил, норм, інколи навіть до втрати реалізації місії організації. Така ситуація може виникати в разі, коли криза сприймається організацією як форс-мажор, і тому як чинник, що дозволяє не виконувати зобов'язання або виконувати їх з певними обмеженнями. В цьому випадку персонал і безпосередньо топ-менеджери нівелюють корпоративну культуру як елемент системи управління. І це закономірно призводить до втрати довіри до організації, до відтоку споживачів, партнерів, інвесторів.

Однак криза може стати приводом для укріплення положення організації на ринку, а не для його погіршення. Для цього необхідно, на наш погляд, внести в зміст корпоративної культури, її принципів додаткові пункти, які дозволять і персоналу, і іншим учасникам трудових відносин мати чіткий вектор руху в кризових умовах, вектор розвитку та стабілізації положення організації. Наведемо приклади.

Головним принципом повинно стати «криза – привід прискорити процеси зі збереженням якості». Цей принцип дозволить персоналу розуміти, що діяльність буде продовжуватися максимально довго, скільки буде можливо. Керівники повинні роз'яснювати, що в разі унеможливлення здійснювати роботу необхідно не зупинитися, а знайти альтернативні умови, щоб все ж таки виконати роботу. Це переводить робітника в період кризи зі стану жертви, яка не впливає на ситуацію, в стан активної творчої людини, що знаходить рішення навіть у безвиході. Таким чином для робітників забезпечується зменшення депресивних станів, збільшення творчої мотивації – «переграти обставини». Тому робітник не тільки не втратить, але й підвищить продуктивність.

Партнери, які будуть бачити посилення активності організації, зроблять висновки про її стійкість, надійність, порядність, і тому будуть звертатися само до цієї організації. Тож, в період кризи організація буде зберігати обсяги виробництва, надання послуг, і тому мінімізує свої можливі витрати.

Ще одним з принципів, який може суттєво допомагати в умовах кризи, це впроваджені традиції. Вони повинні бути прийнятні для всього колективу, мати приємний зміст, підвищувати настрій персоналу, не переходити в формальний при тривалому його дотриманні. За рахунок його використання в період кризи персонал відчує стабільність, і тому покращить свій психологічний стан, буде більш продуктивним і спокійним. Подібні зміни дозволять використати кризу як стартовий майданчик для розвитку організації.

Роботу виконано під керівництвом доц. кафедри екон. та менедж. Кір'ян О.І.