



АЙНУР ГИБАТОВ

Эксперт Молодежного
парламента при Госдуме РФ
Фасилитатор в нефтяной
компании
Автор образовательной
программы «Конгломерат»
Помощник Депутата Госдумы РФ

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ
НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ
И ДОЛГОСРОЧНАЯ ИНВЕСТИЦИЯ В ВАШ ПРОЕКТ

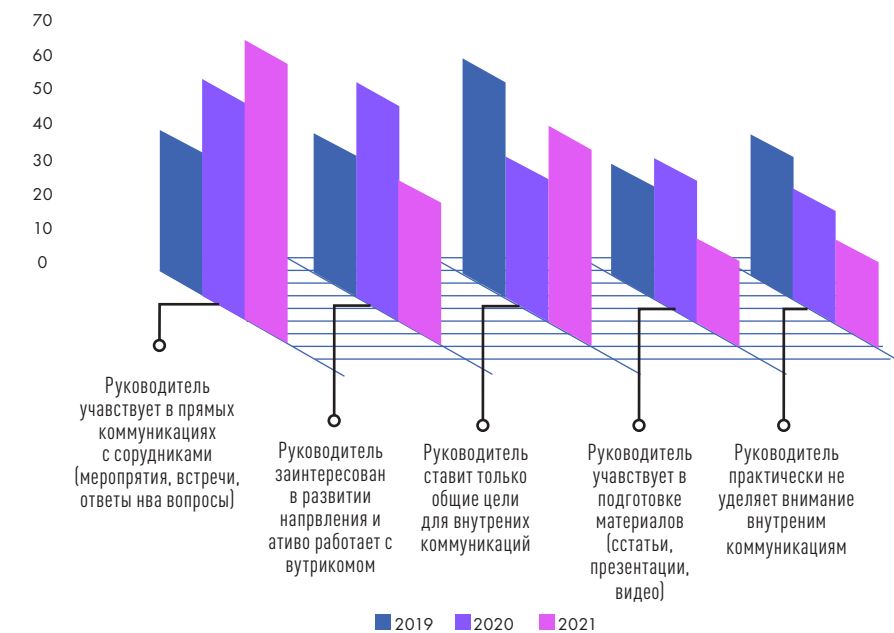
КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА И
ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ
ПОЗВОЛЯЮТ ЭФФЕКТИВНО
ПОВЫШАТЬ МОТИВАЦИЮ
СОТРУДНИКОВ, ОБЪЕДИНЯТЬ
ВОКРУГ ОБЩИХ ИДЕИ
И ЦЕННОСТЕЙ. РАБОТА
СТАНОВИТСЯ В РАДОСТЬ

Высокая скорость изменений и влияние внешних факторов на эмоциональную составляющую сотрудников компаний влечет за собой необходимость постоянного внедрения новых инструментов, актуализации и цифровизации внутрикома (многофункциональный работник, который ведет структурный и понятный диалог между всеми сотрудниками, используя любые каналы связи). Главное, он обладает навыками построения коммуникаций: решения конфликтных ситуаций, вовлечения людей, создания единых ценностей и смыслов и трансляции их каждому. Удерживать на рабочих местах людей становится все сложнее, а постоянно повышать размер оплаты труда не всегда возможно. Ко всему прочему увеличивается необходимость приверженности ценностей компании к ценностям самих сотрудников.

Крупнейшие российские и мировые компании уже долгие годы внедряют экосистемность не только в ключевых направлениях деятельности, но и в развитии корпоративной культуры. Корпоративная культура и внутренние коммуникации позволяют эффективно повышать мотивацию сотрудников, объединять вокруг общих идеи и ценностей. Работа становится в радость. Но в небольших компаниях к необходимости развития корпоративной культуры приходят не сразу (часто слышу: «Ну как можно думать о корпоративной культуре, если даже на производственные процессы сложно найти время и средства?»).

РОЛЬ РУКОВОДИТЕЛЯ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ



Регулярно в процессе корпоративного обучения в компаниях регионального уровня ответом на вопрос «Какая фундаментальная цель вашей компании?» является дружное «Деньги!». Да, так или иначе это одна из целей, но с учетом современных тенденций она не может быть основной. Даже если руководитель понимает, что цель бизнеса – прибыль, эта мысль не должна транслироваться на всех сотрудников. Сотрудники должны верить в масштабность деятельности, в общую миссию и пользу, которую они дают этому миру.

Какие ценности могут быть в основе корпоративной культуры?

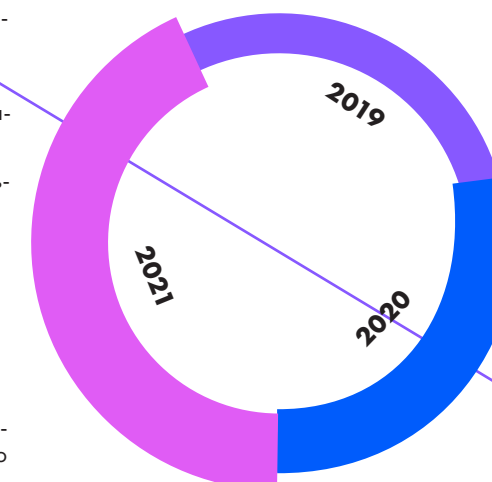
- лидерство (позиционирование себя как лучших в своем деле, развитие лидерских качеств своих коллег, чем больше работников №1 будет в компании, тем лучше для нее);
- экологичность (создание компании, цель которой благоприятно влиять на окружающую среду или уменьшать негативное влияние своей деятельности на нее);
- инновации (постоянное совершенствование процессов, нововведения);
- результативность (ориентация на результат, желание видеть возможности);
- открытость и безопасность;
- добросовестность;
- счастье и благополучие клиентов.

В условиях постоянно развивающейся миграции кадров и удаленной работы выросла и потребность в развитии внутренних каналов коммуникаций. В 2022 году не только работники, но и индивидуальные предприниматели начали ощущать одиночество и потребность в сообществах единомышленников: готовы все больше и больше платить

за то, чтобы чувствовать принадлежность к определенному кругу людей. Активно развивающимся компаниям необходимо учитывать этот факт и сохранять внимание сотрудников в периметре. Например, развивать интеллектуальное волонтерство или создавать тематические клубы, давая возможность реализовываться сотрудникам внутри. А волонтерство является одним из действенных инструментов социального роста и нематериальной мотивации.

Очень часто руководители среднего и высшего звена считают неважным участие в корпоративных мероприятиях и развитии внутренних коммуникаций, однако современные тенденции лидерства показывают следующую динамику.

ДИНАМИКА ВЛИЯНИЯ ВУТРИКОМА В КОМПАНИЯХ



НА ИНДИВИДУАЛЬНОМ ОБУЧЕНИИ НАВЫКАМ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ СО СВОИМИ УЧЕНИКАМИ МЫ КОМПЛЕКСНО ПРОКАЧИВАЕМ SOFT SKILLS

Как мы видим, лидеры компаний все больше уделяют внимание корпоративной культуре.

На курсах корпоративного обучения и на индивидуальных курсах для руководителей и предпринимателей по развитию навыков эффективных коммуникаций я рекомендую обращаться к информации футурологов, которые прогнозируют, что нас ждет ближайшее время по многим направлениям. Например, в части человеческих ценностей прослеживаются следующие тренды: переход от частного к общему, растущая важность нематериального, определение статуса поступками, а не доходом, свобода мысли, равенство возможностей в иерархии, позитивность выбора, человечность и сочувствие.

Более 5 лет моя профессия – развитие корпоративной культуры в крупной нефтяной компании, объединение сотрудников, продвижение ценностей, выявление высокопотенциальных сотрудников и их развитие. На индивидуальном обучении навыкам эффективных коммуникаций со своими учениками мы комплексно прокачиваем soft skills: уверенность, харизму, личную эффективность, «открышки» разговоров, самопрезентацию, управление диалогами, управление командой, ораторское мастерство, навыки публичных выступлений, эмоциональный интеллект, деловой этикет, упаковку личного бренда и самопродвижение. Для современных руководителей эти навыки являются одними из ключевых для грамотного позиционирования себя как внутри компании, так и за ее пределами.

Каждому читателю журнала я готов направить краткий гайд по трендам коммуникаций и развитию корпоративной культуры. Для этого отсканируйте QR-код.

