

## Список информационных источников

1. Аудит качества. URL: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/auditkachestva.html> (дата обращения 20.09.15).
2. Особенности внутреннего аудита системы менеджмента. URL: <http://biglibrary.ru/category38/book135/part9/> (дата обращения: 24.09.15).

## УПРАВЛЕНИЕ С ПОМОЩЬЮ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

*Брянская Д.С.*

*Томский политехнический университет, г. Томск*

*Научный руководитель: Пушных В.А., к.т.н., доцент кафедры организации и технологии высшего профессионального образования*

Корпоративную культуру мы можем рассматривать как одну из маркетинговых коммуникаций, потому что она помогает формировать репутацию данной организации. Чем эффективнее и сильнее внутренняя культура фирмы, тем более благоприятный имидж складывается у внешней маркетинговой среды, следовательно, растет доверие и заинтересованность потенциального потребителя.

Корпоративная культура предприятия — это совокупность убеждений, взглядов, моделей поведения, правил, подходов к работе, способов общения, осознанно или неосознанно принятых и соблюдаемых большинством сотрудников организации. Можно сказать, что с ее помощью происходит управление организацией. Практически каждый человек понимает значение данного термина и что он подразумевает. Но в данной статье говорится о не стандартных методах построения корпоративной культуры, о необычном управлении жизни внутри организации.

В отчаянных попытках сохранить дух инноваций многие технологические компании экспериментируют с разными моделями управления.

Например, интернет-магазин обуви Zappos, выросший за 10 лет из компании с офисом в спальне в многомиллиардную корпорацию, управляет с помощью необычных правил и законов. Вот, 6 самых интересных из них:

1. При приеме на работу от соискателя не требуют рассказа о своих достижениях на прежнем месте работы. Наоборот, его просят рассказать о собственных ошибках, поведать истории из жизни. Собеседование больше похоже на встречу в «клубе одиноких сердец» — в небольшом зале, украшенном в торжественном стиле, звучит музыка, стоят столы с

напитками и угощениями. HR-менеджеры и соискатели свободно перемещаются и общаются в режиме фуршета.

2. После приема на работу всем сотрудникам предстоит пройти четырехмесячный курс обучения. Соискатели изучают историю Zappos, вместе ходят в походы и путешествуют. Каждый сотрудник компании от уборщика до CEO должен две недели проработать в колл-центре «на телефоне» — для того, чтобы лучше понять клиентов компании.

3. Компания старательно поддерживает и развивает необычную атмосферу в офисе. Каждый сотрудник может оформить свое рабочее место так, как ему хочется. Некоторые устраивают на столах настоящий минимализм, другие ставят в кабинете кровать и спят на ней в минуты усталости — креатив сотрудников никто не ограничивает, наоборот, компания оплачивает ремонт. В офисе Zappos можно встретить шагающих роботов, предлагающих попкорн, площадку для гольфа и многое другое. Вот одна из фотографий офиса компании.

4. При входе в внутреннюю сеть Zappos от сотрудников спрашивается не только логин и пароль. На экране также появляется фотография любого сотрудника компании, случайно выбранная из базы — нужно ввести его имя. Разумеется, в случае ошибки сотрудник все равно попадет в сеть, но внутри компании ведется собственный рейтинг знания сотрудников.

5. Все сотрудники компании могут излагать свое видение корпоративной культуры, рассказывать о своей жизни в Zappos, делиться историями. Все рассказы попадают в специальную книгу «ZapposCultureBook». Эту книгу может получить совершенно бесплатно любой желающий — компания отправит вам ее по почте.

6. Сотрудники call-центра обучены давать максимум информации по любым вопросам и быть максимально полезными вне зависимости от того, касается вопрос обуви или самой Zappos. Однажды Тони Шей ради шутки позвонил в службу поддержки собственной компании, слегка нетрезвым голосом назвал оператору свой адрес и поинтересовался, где поблизости он сможет заказать пиццу. Через пять минут у него было несколько адресов и телефонов пиццерий.

Еще один из ярких способов управления показывает компания Philips. Офисный бомж — так шутливо окрестили новый подход в организации рабочего пространства компании Philips. Ранее концепция инноваций в рабочем пространстве (WPI) была успешно внедрена компанией Philips в офисах в Голландии, Индии, Норвегии, Сингапуре, Турции, Швеции, Бразилии и Португалии. Теперь дошла очередь и до российского отделения. Каждый сотрудник в компании может выбирать рабочее место в зависимости от планов на день. Офис поделен на зоны

для индивидуальной и совместной работы, отдыха, встреч и совещаний, и каждая из них обладает уникальным дизайном и световым решением.

У сотрудников нет своего постоянного рабочего места. Идея в том, что сотрудник занимает либо то место, которое ему удобно, либо — если он приходит поздно — то место, которое свободно. Они садятся на любое, какое им нравится. Уходя домой, сотрудник должен оставить место абсолютно пустым. Все личные вещи убираются в персональные шкафчики. Кроме этого, существуют еще и шкафчики отделов, куда прячутся документы, необходимые для работы сразу нескольким сотрудникам.

Если сотрудникам удобнее работать компанией, то специально для этого в офисе есть зоны, куда можно сесть вместе и что-то обсудить: переговоры и кофе-зоны. Везде вайфай, не надо быть привязанным шнуром к месту. Но самое главное — в офисе работают 600 человек, а в нем всего 420 рабочих мест. Кто-то «в полях», кто-то болеет или в отпуске. Постоянно сидеть на работе не нужно, но определенное количество часов в неделю здесь проводить надо.

Рабочий день у сотрудников начинается по желанию с 7, 8, 9 или 10 часов утра. Обязательными для присутствия являются часы с 11 до 16, естественно, если в это время нет каких-нибудь встреч. Кроме этого, каждый сотрудник один день в неделю может работать из дома — доступ во внутреннюю сеть компании позволяет организовывать рабочие вэб-митинги.

Формирование корпоративной культуры — бесконечный процесс. Если вы активно формируете культуру своей организации, то замечаете первые результаты спустя годы. Однако вряд ли вы когда-нибудь захотите остановиться и сказать, что культура компании больше не нуждается в развитии.

Вот примеры того что не стоит останавливаться на достигнутом. Тренинг «темная комната» немец Андреас Хайнеке придумал и создал проект «Диалоги в темноте» в 1995 году. Все коучи, проводящие тренинги с менеджерами компаний, — слепые, сам тренинг проходит в абсолютно темной комнате и длится несколько часов. В тимбилдинге могут участвовать от двух человек до нескольких десятков. Занятие начинается с простейших заданий — определить размер комнаты, разделить на команды, найти в тёмной комнате стол, усесться за него, заняв стулья, и так далее. Тренинг направлен на выявление лидерских качеств и сплочение команды, но может трансформироваться и под другие нужды.

Тренинг «проверка на себе». Владелец пивоварни SamAdamsBeer Джим Коч столкнулся с распространённой проблемой: ему никак не

удавалось сформировать у сотрудников лояльность к продукту, который они должны были продавать. «Всё пиво одинаковое на вкус», — так считали не только покупатели, но и продавцы. Кочу пришлось устроить вечеринку-соревнование для 850 сотрудников компании. Они отвечали на вопросы из истории пива, компании и, конечно, дегустировали сам продукт, зарабатывая баллы за верно определённый сорт. Работники отдела продаж должны были делать это вслепую. Пример Коча подойдёт любому производителю: прежде чем отправлять человека торговать вашим товаром, научите его пользоваться им.

Вот такие типы управления в корпоративной культуре существуют на нашей планете, интересно выяснять, что ради успешного развития своего бизнеса, руководители способны создавать новые инновационные подходы в управлении и самое важное, если все это применять с грамотным сочетанием корпоративной культуры можно добиться желаемого результата и достижения высот.

### **Список использованных источников**

1. Шаповалов В.А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: Учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 345 с. – С. 92
2. Лапина Т.А. Корпоративная культура. Учебно-методическое пособие – Омск: Изд-во ОмГУ, 2005. – 96 с
3. Офисные встряски: 5 необычных способов сплотить коллектив [Электронный ресурс] режим доступа: <http://www.the-village.ru/village/hopesandfears/management/151029-komanda-mechty-5neobychnyh-sposobov-splotit-kollektiv>. 06.11.14.

### **ДЕКОМПОЗИЦИЯ ЦЕЛЕЙ НА ПРИМЕРЕ ГОСКОРПОРАЦИИ «РОСАТОМ»**

*Булгакова О.С.*

*Томский политехнический университет, г. Томск*

*Научный руководитель: Плотникова И.В., к.т.н., доцент кафедры  
физических методов и приборов контроля качества*

Одним из дочерних предприятий госкорпорации «РОСАТОМ» является Акционерное Общество «Институт реакторных материалов» (АО «ИРМ») — атомный центр Урала материаловедческого профиля.