

Секция «Управление персоналом в современной России: пути повышения
эффективности»

Методы воздействия на персонал на разных уровнях корпоративной культуры

Научный руководитель – Тихенький Владимир Георгиевич

Кононенко Людмила Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
государственного управления, Кафедра управления персоналом, Москва, Россия

E-mail: ludakononenko666@yandex.ru

С древних времен люди объединяются в группы и выбирают себе лидеров. В руках последних лежит дальнейшая судьба «племени»: они могут сделать великим свое племя, превратить всех его членов в единомышленников и сами добиться величия, а могут разрушить даже самый дружный коллектив и привести компанию к банкротству.

У каждой группы есть свой стиль речи, или «лейтмотив», который улавливается в любом разговоре членов племени и указывает на уровень их культуры. От нее зависит эффективность работы всех людей в организации. «Измените язык племени — и вы измените само племя.» (Дэйв Логан, 2017, с. 25)

Первый уровень характерен для отчаянно враждебных людей, которые объединяются для того, чтобы вместе пробивать себе дорогу в жестоком и несправедливом мире. Второй уровень формируют пассивно враждебные люди, которые могут с осуждением скрестить руки, хотя почти никогда не бывают настолько заинтересованы в происходящем, чтобы в них вспыхнула искорка страсти. Людям на третьем уровне корпоративной культуре необходимо побеждать, конкуренция для них происходит на личностной основе. Четвертый уровень - группа с лейтмотивом «Мы крутые», которым для развития необходим конкурент - является стартовой площадкой для пятого. Люди на последнем уровне соревнуются не с другими организациями, а с представлениями о возможном, они «творят историю».

На третьем уровне внимание фокусируется на «моих» ценностях. На четвертом — на «наших» ценностях. На пятом же — на «глобальных», или «резонансных» ценностях, так что единственным важным фактором является рабочая совместимость ценностей. Племя пятого уровня может работать с любой группой, приверженной ценностям, которые можно отнести к базовым и которые применимы к каждому человеку, даже если они отличаются от его собственных.

К людям на каждом уровне корпоративной культуры необходим свой подход, чтобы вывести эту группу на следующий, сплотить эффективные команды и создать успешную организацию. Сделать это можно, воздействуя на ценности, которые основывают культуру.

Никогда не стоит осуждать поведение, взгляды и ценности человека. Чтобы вести за собой людей, необходимо подобрать к ним правильный подход, «зажечь» их, дать им цель и направление и определить ценности. Тогда не потребуются огромных усилий - люди *захотят* идти следом.

Источники и литература

- 1) Logan D., King D., Fisher-Rait X. Лидер и племя. М., 2017.
- 2) Bennis W., Biederman P. W. Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration. New York, 1997.
- 3) Tribal leadership: www.triballeadership.net
- 4) Джон Кинг: <http://www.джонкинг.рф/>

Иллюстрации

Уровень	Настроение	Лейтмотив
5	Простодушное удивление	«Жизнь прекрасна»
4	Гордость за племя	«Мы — крутые (а они — нет)»
3	Одиночество воина	«Я — крутой (а ты — нет)»
2	Апатичность жертвы	«Моя жизнь — отстой»
1	Отчаянная враждебность	«Жизнь — отстой»

Рис. 1. Пять уровней корпоративной культуры