

## **Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»**

### **Некоторые аспекты восприятия корпоративной культуры ОАО «РУСАЛ-Красноярск» сотрудниками организации**

*Михайлов Георгий Алексеевич*

*Студент*

*Сибирский государственный аэрокосмический университет им. М.Ф. Решетнева,*

*Гуманитарный, Красноярск, Россия*

*E-mail: georgiy10@mail.ru*

Восприятие корпоративной культуры сотрудниками организации, как доказано, влияет на эффективность производства, динамику производительности труда. Исследователи К. С. Камерон и Р. И. Куинн в своей книге «Диагностика и изменение организационной культуры» вычленили 4 типа корпоративной культуры, влияющие на развитие организации.

В крупных компаниях уделяют большое внимание построению отношений среди персонала, его отношению к руководству и т.д., т.е. тому, что принято называть корпоративной культурой. И, безусловно, это говорит не только об их дальновидной политике, но сулит и сиюминутные измеримые результаты. Ведь известно, что человек, который знает, что его труд ценят, что с ним готовы сотрудничать по многим профессиональным и не только вопросам, более продуктивен, и в этом мы убеждаемся каждый день. Это же подтверждается результатами измерений.

Но зачастую в крупных компаниях, к примеру, таких, как ОАО «РУСАЛ-Красноярск», особенно с вертикально-интегрированной структурой, можно увидеть иерархический тип корпоративной культуры. Людей настраивают на выдачу результата, при этом облакают их работу в рамки строгого подчинения, что отчасти оправдано, т.к. работа на таких предприятиях связана с определённым риском, и соблюдение жестко регламентированных норм во многих случаях — суровая производственная необходимость.

Пресс-службами дивизионов и подразделений компании «РУСАЛ» делается многое для поддержания целостной и эффективной корпоративной культуры. Отлично развиты корпоративные издания (газета «Вестник РУСАЛа» и журнал «Алгоритм успеха»), корпоративное радио, сайт, корпоративное телевидение.

Проводятся специальные мероприятия — «РУСАЛ» инвестирует в социальную сферу (Центр социальных программ), проводит благотворительные акции (одна из последних — «Новогодний марафон» — компания при содействии сотрудников-добровольцев развозила подарки детям-сиротам). Это даёт сотрудникам ощущение их единства, особого внутреннего мира и осознание компании как социально ответственной, нужной городу.

Для того, чтобы понять, как именно представляют себе структуру корпоративной организации сотрудники и в какой корпоративной культуре они хотели бы трудиться, было проведено анкетирование среди рабочих и служащих (руководителей среднего звена). По его результатам было выявлено, что большинство сотрудников считает, что на «РУСАЛе» корпоративная культура иерархического типа, а хотели бы они работать в культуре кланового типа.

Акцию «Новогодний марафон» можно отнести как раз к элементу построения клановой корпоративной культуры, что отвечает желанию, как показывают исследования,

многих сотрудников организации. К сожалению, подобные акции совершаются достаточно редко, не образуют системы, и поэтому пока еще трудно говорить о плановом перестроении на культуру кланового (семейного) типа.

Однако благодаря созданному с помощью корпоративных СМИ уникальному коммуникационному фону можно говорить об уже имеющемся фундаменте, на котором гораздо легче построить здание корпоративной культуры какого бы то ни было типа.