

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе подготовки выпускной квалификационной работы были реализованы следующие задачи:

1. Рассмотрена корпоративная культура как инструмент управления современной организацией.

2. Проведен анализ корпоративной культуры на примере ОАО «Сбербанк России».

3. Разработаны рекомендации по развитию корпоративной культуры в ОАО «Сбербанк России».

Корпоративная культура, являясь неотъемлемой частью жизнедеятельности компании, существенно влияет на ее эффективность. Понимая это, руководство компаний сегодня стремится к созданию сильной корпоративной культуры, которая базируется на ином, чем прежде, понимании человека и его роли в системе общественного разделения труда.

В целом эффективную корпоративную культуру отличает следующее: слаженность, взаимодействие; удовлетворение работой и гордость за ее результаты; преданность организации и готовность соответствовать ее высоким стандартам; высокая требовательность к качеству труда; готовность к переменам.

Анализ корпоративной культуры в ОАО «Сбербанк России» показал, что этому аспекту деятельности организации уделяется особое внимание. Со слов Президента ОАО «Сбербанк России» Германа Оскаровича Грефа: «Любые технологии в нашем бизнесе можно скопировать, любые продукты в нашем бизнесе можно воссоздать, но выделиться и создать уникальную организацию можно только с помощью одного – мы должны создать компанию с уникальной корпоративной культурой». Именно эти слова Президента компании могут служить подтверждением того, какое место уделяется корпоративной культуре в организации.

Культура Сбербанка – это особая среда, которая позволяет сотрудникам стать лучшей версией самих себя, чтобы делать жизнь наших клиентов и общества лучше.

В 2014 году было проведено исследование корпоративной культуры в организации, в результате которого были выявлены негативные атрибуты культуры сегодня:

- Слова и дела некоторых руководителей не всегда совпадают;
- Руководители очень разные, не всегда единый взгляд и действия команды, разногласия Центральным аппаратом и Территориальными банками;
- На развитие людей не всегда хватает времени и навыков;
- Много негативной (часто публичной) и мало позитивной обратной связи;
- и другие.

Также в рамках исследования были выявлены атрибуты желаемой культуры.

Как резюме проведенных исследований в рамках исследования было принято решение разработать единую программу по развитию корпоративной культуры.

Цели этой программы:

- Повышение вовлеченности сотрудников;
- Повысить удовлетворенность и лояльность внутренних и внешних клиентов;

- Построить культуру, в центре которой лежит миссия;

- Построить зрелую и эффективную организацию;

Приоритетные атрибуты программы- это переход:

- От страха ошибки и неудачи к инициативе, инновациям, творчеству и праву на ошибку;
- От наказания к признанию;
- От страха наказания от начальника к пониманию сотрудником своей значимости для организации и уверенности в завтрашнем дне;

Исходя из этих Положений, были определены задачи и основные направления работы по программе на 2015г.

Например, в области коммуникаций предложено:

- Каскадирование книги ценностей и Кодекса;
- Создание страницы корпоративной культуры на корпоративном портале банка;
- Коммуникация приоритетов в области корпоративной для руководителей блоков;
- Запуск «горячей линии» по вопросам корпоративной культуры

В области обучения предложено:

- разработать программы по корпоративной культуре и по эмоциональному интеллекту;
- организовать Библиотеку примеров по трансформации корпоративной культуры;
- разработать адаптацию программ обучения корпоративного университета.

Аналогичные рекомендации обозначены и в других областях деятельности организации.

Таким образом, цель исследования – рассмотреть феномен корпоративной культуры и разработать рекомендации по развитию корпоративной культуры в ОАО «Сбербанк России» - достигнута.