

Оглавление

К читателю	7
Идеология организации	9
Ценность идеологии или идеология ценностей	17
Организационная идеология и бизнес-обучение	26
Корреляция идеологии бренда с организационной идеологией	31
Идеология организации и корпоративная культура	39
Диагностика корпоративной культуры и идеологии	44
Кодекс организации	49
«Должностные шахты» (внутреннее согласование)	61
Бизнес-психология	65
Инструменты бизнес-психологии	69
Самостоятельная разработка и внедрение организационной идеологии	77

*«Выбор между деньгами,
свободой, вовлечением
в интересное дело
становится менее
очевидным, уже просто
«купить за деньги»
талантливых сотрудников
и удержать, становится
трудно, а порой невозможно,
потому что человеку важен
смысл, глубина и значение
того, чем он занимается»*

К читателю

В ядре каждой организации, должно быть понятное идеологическое содержание, смысловой концепт, разворачивающийся в уникальную корпоративную культуру. Создание крепкой команды единомышленников, объединенной правильной идеологией организации — это задача современного лидера.

Время, когда на первое место выходили материальные интересы, а от сотрудников требовали мифической эффективности, ушли безвозвратно. Теперь все большее значение приобретают организационные смыслы, вовлечение и отождествление себя с организацией.

Безусловно, это не значит, что деньги больше не нужны и бизнес не должен создавать денежный поток, но выбор между деньгами, свободой, вовлечением в интересное дело становится менее очевидным, уже просто «купить за деньги» талантливых сотрудников и удержать, становится трудно, а порой невозможно, потому что человеку важен смысл, глубина и значение того, чем он занимается.

Каждый бизнес имеет свою идеологию: это или культ собственника, во многом не самый эффективный, или осмысленная организационная идеология, направленная на привлечение нужных сотрудников, удержание и создание условий для развития их потенциала.

Тренды конца 20 века, основанные на «индивидуальной эффективности» сотрудников, привели к внутреннему

организационному разобщению, воспитывали и укрепили в сознании топ-менеджеров индивидуалистические паттерны поведения и мироощущения. В итоге, большинство руководителей не знают, что такое организационная идеология и корпоративная культура, которые помогают решить вопросы узнаваемости бренда, удержания персонала, создать культуру непрерывных улучшений, решить вопрос с мотивацией, обучением и командообразованием.

Разработка идеологии бизнеса, не зависимо от его масштаба, помогает понять собственную уникальность, победить конкурентов, вовлечь сотрудников в реализацию идеи на высоком смысловом уровне.

«Человеку со всей определённой необходимостью нужны общие убеждения и идеи, которые придают смысл его жизни и помогают ему отыскать своё место во Вселенной. Человек способен преодолеть совершенно невозможные трудности, если убеждён, что это имеет смысл. И он терпит крах, если сверх прочих несчастий вынужден признавать, что играет роль в «сказке, рассказанной идиотом», — Карл Густав Юнг.