



# Корпорации и корпоративные отношения



# Корпорация

- - это субъект права, она обладает экономической самостоятельностью, имеет устав, приобретает черты и качества инициатора социального взаимодействия
- - это "совокупность лиц, объединившихся для достижения общих целей, осуществления совместной деятельности и образующих самостоятельный субъект права"

# Особенность корпоративизма

думать вместе и действовать сообща

=

КОЛЛЕКТИВНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

=

система, объединяющая людей информационными связями, благодаря чему им становятся доступны общие знания, общее понимание ситуации



**Корпоративный дух**

# Культура

ряд культурных феноменов, каждый содержит набор качеств, характеристик и требований, которые должны быть реализованы:

- ответственность,
- участие в совместной деятельности,
- толерантность к религиозным, политическим, культурным проявлениям,
- общая эрудиция,
- профессионализм,
- способность личности к рефлексии, саморазвитию, самосовершенствованию,
- культура речи, культура поведения,
- владение новыми информационными технологиями...



# Корпоративная культура -

набор базовых ценностей, убеждений, негласных соглашений и норм, разделяемых всеми членами организации

## 3 уровня корпоративной культуры

Первый (верхний, поверхностный) – видимые объекты, артефакты культуры: манера одеваться, правила поведения, физические символы, организационные церемонии, расположение офисов (*можно увидеть, услышать, понять*)

Второй (подповерхностный) – выраженные в словах и делах общие ценности и убеждения, сознательно разделяемые и культивируемые членами организации (*проявляются в рассказах, языке, используемых в организации символах*)

Третий (глубинный) – базовые, основополагающие положения и убеждения; сущность корпоративной культуры (*руководят поведением и решениями людей на подсознательном уровне*)



**Что мы видим.** Стабильность компании, гарантии занятости сотрудников, сложные процедуры обеспечения дисциплины, медленный и тщательно контролируемый карьерный рост, выдвижение из числа собственных сотрудников, стены помещений увешаны графиками и данными, бонусы завязаны на успехи компании и группы, соцпакет лучше, чем у других.

**Что нам говорят.** Стабильную занятость, справедливость, экономику доверия, прозрачную систему вознаграждений и корректирующих действий, интересы группы выше интересов индивида, дисциплину как средство решения проблем, большие возможности для сотрудников исправить ошибки в поведении, медленный рост лидеров, относительно плоская иерархия.

**Во что люди на самом деле верят, что является мотивом их действий.** Целью является взаимное благополучие, это требует стратегического мышления компании и сотрудника, развития сотрудников на долговременной основе, терпения; те, кто соблюдает ценности фирмы, будут вознаграждены в перспективе.

Корпоративная  
культура в  
представлении  
стороннего  
наблюдателя

## Видимый

1. Артефакты (манера одеваться, расположение офисов, символы, девизы, церемонии).

## Невидимый

2. Выраженные в словах и делах общие ценности и убеждения

3. основополагающие предположения и глубокие убеждения

Общие для  
членов  
организации  
основные  
ценности и  
негласные  
соглашения



# Уровни культуры

- Американский социолог Э. Шейн выделяет следующие уровни культуры



- На поверхности корпоративной культуры мы имеем дело с артефактами. Этот уровень включает все те явления, которые индивид чувствует, видит, слышит, сталкиваясь с незнакомой для себя культурой. Артефакты могут включать в себя видимые результаты деятельности группы: язык, манера общения, ритуалы, церемонии и т. п.



# Культурно-образовательная среда

- Педагогическая культура,
- организационная культура,
- коммуникативная культура,
- рефлексивная культура,
- экологическая культура,
- юношеская субкультура,
- информационная культура,
- современный стиль руководства



# Организационная культура

**– это идеология управления, выражающая основные ценности организации и направленная на повышение ее трудового потенциала (К. М. Оганян)**

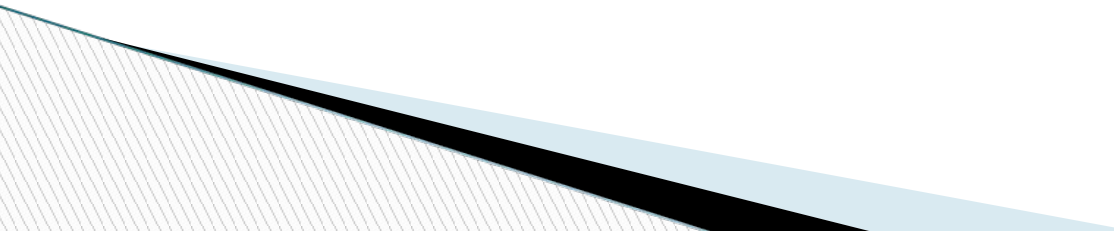
## **Критерии:**

- повышение количества исследований, разработок, а также количества авторских прав организации и т.п.;
- рост производительности труда;
- повышение количества специалистов с высшим образованием (или прошедших переподготовку, обучение);
- рост доходов работников

Если организация не занимается процессом формирования организационной культуры, не придает ей должного значения, то она обречена на провал, так как выжить в современных рыночных условиях компания может только с сильной сплоченной командой всего персонала, то есть с эффективной корпоративной культурой.



# Профессиональная культура

- это совокупность ценностей и приоритетов личности-носителя определенной профессии
  - это совокупность компетенций определенной профессии (профессиональных и общекультурных знаний, умений, навыков, опосредованных системой общечеловеческих и специально профессиональных ценностей)
- 



# Корпоративная культура

- ▣ **система общих установок, принимаемая и разделяемая членами данной организации**
- ▣ *синтез ценностей, отношений, норм, привычек, традиций, форм поведения и ритуалов, характерных для него, но и конкретное социальное окружение, в котором образовательная корпорация самореализуется, вырабатывая стиль отношений и поведения в социуме.*

**Человеческие ресурсы = качество труда**

**К**ОГДА В ТОВАРИЩАХ  
СОГЛАСЬЯ НЕТ,  
**Н**А ЛАД ИХ ДЕЛО  
НЕ ПОЙДЁТ,  
**И** ВЫЙДЕТ ИЗ НЕГО  
НЕ ДЕЛО, ТОЛЬКО МУКА.



## **Источники КК: отношения корпоративности**

### **КК включает в себя:**

- ▣ *социокультурную* (ценности, суждения, поведенческие нормы, действия и тому подобное)
- ▣ *средообъектную* (микро-, мезо-, макроуровни) сферы.

### **Характерные признаки КК:**

чувство принадлежности людей к организации;

субъектность персонала;

наличие и развитие горизонтальных связей;

«командный дух»;

социальное партнерство;

диалог как метод межсубъектного взаимодействия;

консенсус как принцип взаимодействия;

коллегиальность как обязательное условие принятия решений;

коллективная ответственность за полученные результаты;

концентрация творческой энергии «человеческого фактора».



# Показатели сильной (высокоразвитой) КК

- устойчивая философия (идеология) организации;
- широкая пропаганда корпоративных ценностей и вытекающих из них принципов,
- благоприятный психологический климат;
- высокий уровень ответственности работников за совместную деятельность;
- сплоченность – «team spirit», преданность организации и гордость нее и за результаты своей работы;
- готовность соответствовать высоким стандартам качества труда как коллективного продукта.





# Функции КК

- *внутренней интеграции* усиливает организационную сплоченность,;
- - *внешней адаптации* формирует определенный имидж образовательного учреждения,;
- - *аксиологическая* - способствует продуцированию и закреплению корпоративных ценностей;
- - *стимулирующая* - усиливает процесс вовлеченности в дела учреждения, чувство преданности и принадлежности коллективу;
- - *регламентирующая* - формирует единое нормативное поле;
- - *информационная* - способствует более быстрому включению в жизнь учреждения нового работника, особенно на стадии его адаптации;
- - *коммуникационная* - обеспечивает взаимопонимание и взаимодействие



# Компоненты КК

- ▣ **Ценностный (аксиологический)** определяет направленность и характер корпоративного взаимодействия:  
ценностноориентационное единство (корпоративные ценности), корпоративные цели, миссия, соотношенная с общественно значимыми ценностями, имидж учреждения (организации)
- ▣ **Деятельностный** - совместная деятельность является условием формирования корпоративных ценностей:  
качество (жизнедеятельности организации и сотрудников; управления; конечного результата – продукта); развитие (организации и сотрудников); инновации (как элемент развития); сплоченность коллектива («командный дух»).
- ▣ *Психологический климат*
- ▣ **Мировоззрение**
- ▣ *Организационные ценности*
- ▣ *Нормы*
- ▣ **Характеристики поведения**



Миссия,  
цель организации  
с точки зрения  
общественной выгоды

Традиции,  
уже имеющиеся  
и создаваемые

Цель компании,  
понимаемая и  
принимаемая всеми

Базовые ценности,  
определяющие работу  
каждого сотрудника  
и компании в целом

История компании,  
выраженная в мифах, притчах,  
анекдотах и запечатленная в  
музеях, книгах памяти...

## Корпоративная культура

Стиль общения  
сотрудников в компании,  
поддерживаемый  
на всех уровнях

Корпоративная пресса,  
как внутри организации,  
так и для внешних клиентов

Модель поведения  
сотрудника компании,  
отражающая принципы  
работы всех отделов

Рекламный слоган  
или девиз компании

# Критерии сформированности КК

- ▣ **Ценностно-эмоциональный** (уровень эмоционально-психологического климата в сообществе; уровень ценностно-ориентационного единства сообщества; осознание и принятие миссии, назначения и основных целей деятельности сообщества; принятие ценностей, истории, традиций, обычаев сообщества).
- ▣ **Когнитивный** (усвоенность основных понятий теории КК (ее сущности, содержания, структуры и т.д.); наличие знаний о формальных и неформальных правилах и нормах деятельности, обычаях и традициях, ценностях, обрядах и символике, образцах поведения, регулирующих деятельность сообщества; знание теории корпоративной этики)
- ▣ **Деятельностный критерий** (наличие навыков и умений межличностного, внутригруппового и командного взаимодействия, основанного на принципах корпоративной этики; способность действовать в различных сферах жизнедеятельности в соответствии с нормами этикета и правилами сообщества; инициативность и активность студентов в организации и проведении корпоративных мероприятий, ритуалов.)
- ▣ **Личностно-результативный** (связь КК с определенными личностными качествами членов сообщества (культура общения, культура поведения и т.п.), которые должны рассматриваться как элемент КК).
- ▣ **Субъектный** идентифицирует различные уровни проявления корпоративной культуры членами университетского сообщества.



## Факторы, влияющие на корпоративную культуру

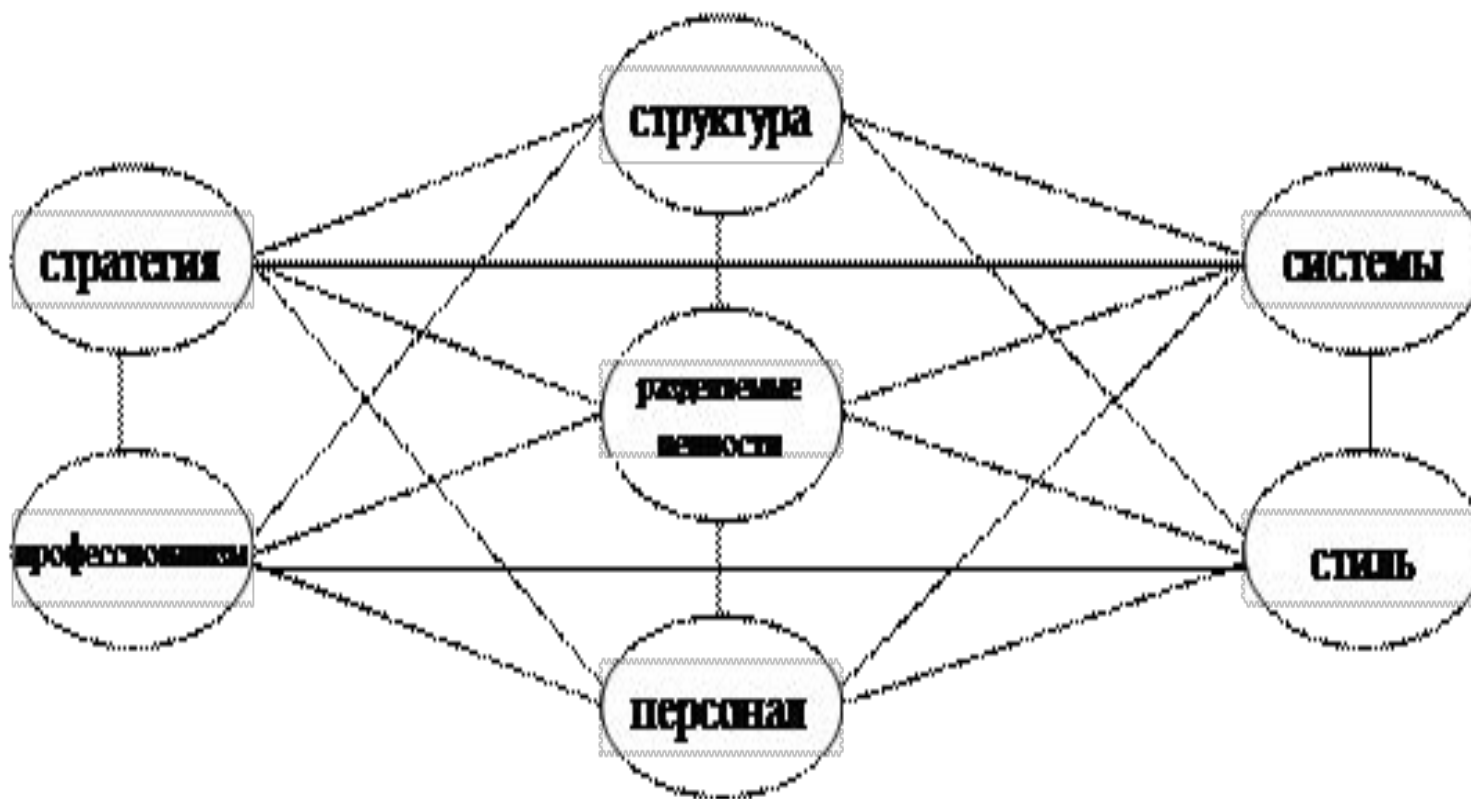
Постконкигическая система	Позитивный корпоративизм	Национальная культура, ментальность	Культура эффективного бизнеса	Профессиональная культура	Конкурентная культура	Государственные законы	Идеология	Религиозная культура	Мода
---------------------------	--------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------	------------------------	-----------	----------------------	------

Факторы,  
влияющие на  
корпоративную  
культуру

Корпоративная культура

## Элементы корпоративной культуры

Декларация миссии	Корпоративная философия	Корпоративный дух	Стиль руководства и лидерства	Корпоративное управление	Корпоративная этика	Управление «человеческими ресурсами»	Корпоративные символы и ритуалы	Культура качества
-------------------	-------------------------	-------------------	-------------------------------	--------------------------	---------------------	--------------------------------------	---------------------------------	-------------------



**Факторы, влияющие на эффективность деятельности корпорации**

# КК образовательных учреждений

- ▣ как фактор, интегрирующий интересы субъектов и объектов обучения посредством закрепления определенных правил, поведенческих установок, поведенческих стереотипов, связанных с конкретной деятельностью и соблюдением норм ее выполнения

Особенность деятельности педагогических коллективов является корпоративный характер труда и коллективная ответственность за ее качество, за результаты совместной деятельности.



«Когда люди имеют единые ценности и нормы поведения, нет необходимости указывать им, как они должны поступить в каждой конкретной ситуации: организация может быть «уверена», что ее члены примут правильное решение, руководствуясь своими культурными нормами и ценностями»



# Стратегия формирования КК

- **Внешний план** – применение комплекса мер, направленных на обеспечение конкурентоспособности ОУ.
- **Внутренний план** – становление корпоративных педагогических ценностей, высокой образовательной культуры, норм педагогических отношений.





# Этапы формирования корпоративной культуры

- определение **МИССИИ** организации, базовых ценностей;
- формулирование стандартов **поведения** членов организации;
- формирование **традиций** организации;
- разработка **СИМВОЛИКИ** организации



