



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

КОГДА В ТОВАРИЩАХ
СОГЛАСЬЯ НЕТ,
НА 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
музеех, 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

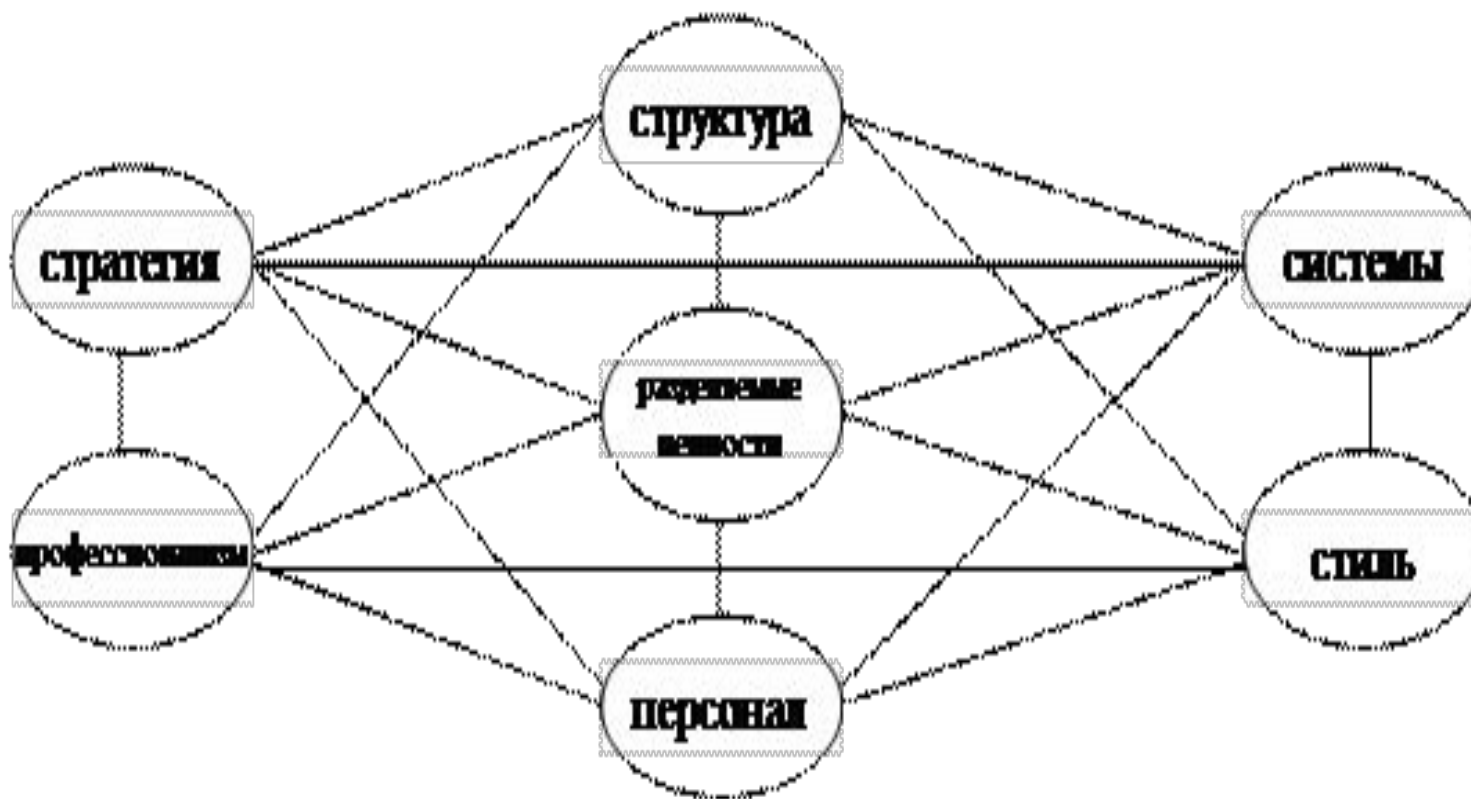
Постконкигическая система
Позитивный корпоративизм
Национальная культура, ментальность
Культура эффективного бизнеса
Профессиональная культура
Конкурентная культура
Государственные законы
Идеология
Религиозная культура
Мода

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



