

Корпоративная культура

Корпоративная культура

- это система принципов, обычаев и ценностей, позволяющих всем в компании двигаться в одном направлении как единому целому.

Корпоративная культура

- фирмы с ярко выраженной корпоративной культурой гораздо эффективнее используют человеческие ресурсы.
Корпоративная культура – одно из самых эффективных средств привлечения и мотивации сотрудников.

Корпоративная культура

- специфическая, характерная для данной организации система связей, взаимодействий и отношений, осуществляющихся в рамках конкретной предпринимательской деятельности, способа постановки и ведения дела.

Корпоративная культура

- это набор наиболее важных положений, принимаемых членами организации и выражающихся в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий.

Корпоративная культура

- это уникальная общая психология организации.

Корпоративная культура

- Корпоративная культура возникает в любой структурированной группе людей. Причем она становится тем мощнее, чем дольше существует данная структура. Обычно корпоративная культура возникает спонтанно, "снизу", и передается "из уст в уста", с помощью личного примера и устных наставлений старожилов. Наибольший вклад вносят наиболее харизматические личности.

Основные элементы корпоративной культуры

- артефакты и этикет - конкретные видимые элементы культуры, такие как язык, форма приветствия, одежда, физическое расположение (открытое или закрытое помещение).

Основные элементы корпоративной культуры

- поведение и действия людей, устойчивые образцы и стереотипы поведения, включая методы принятия решений индивидами, организацию командной работы и отношение к проблемам, к другим людям.

Основные элементы корпоративной культуры

- мораль, убеждения, ценности.

Корпоративные ценности и нормы

- предназначение организации и ее «лицо» (высокий уровень технологии; высшее качество; лидерство в своей отрасли; преданность духу профессии; новаторство и другие);

Корпоративные ценности и нормы

- старшинство и власть (полномочия, присущие должности или лицу; уважение старшинства и власти; старшинство как критерий власти и т.д.);
- значение различных руководящих должностей и функций (важность руководящих постов, роли и полномочия отделов и служба);

Корпоративные ценности и нормы

- обращение с людьми (забота о людях и их нуждах; беспристрастное отношение и фаворитизм; привилегии; уважение к индивидуальным правам; обучение и возможности повышения квалификации; карьера; справедливость при оплате; мотивация людей);

Корпоративные ценности и нормы

- критерии выбора на руководящие и контролирующие должности (старшинство или эффективность работы; приоритеты при внутреннем выборе; влияние неформальных отношений и групп и т.д.);

Корпоративные ценности и нормы

- организация работы и дисциплина (добровольная или принудительная дисциплина; гибкость в изменении ролей; использование новых форм организации работы и другое);

Корпоративные ценности и нормы

- стиль руководства и управления (стили авторитарный, консультативный или сотрудничества; использование целевых групп; личный пример; гибкость и способность приспосабливаться);
- процессы принятия решений (кто принимает решение, с кем проводятся консультации; индивидуальное или коллективное принятие решений; необходимость согласия, возможность компромиссов и т.д.);

Корпоративные ценности и нормы

- распространение и обмен информацией (информированность сотрудников; легкость обмена информацией);
- характер контактов (предпочтение личным или письменным контактам; жесткость или гибкость в использовании установленных каналов служебного общения; значение, придаваемое формальным аспектам; возможность контактов с высшим руководством; применение собраний; кто приглашается и на какие собрания; нормы поведения при проведении собраний);

Корпоративные ценности и нормы

- пути разрешения конфликтов (желание избежать конфликта и идти на компромисс; предпочтение применения официальных или неофициальных путей; участие высшего руководства в разрешении конфликтных ситуаций и т.д.);
- оценка эффективности работы (реальная или формальная; скрытая или открытая; кем осуществляется; как используются результаты)¹

Три основные формы существования корпоративных ценностей:

- идеалы - выработанные руководством и разделяемые им обобщенные представления о совершенстве в различных проявлениях и сферах деятельности организации,
- воплощение этих идеалов в деятельности и поведении сотрудников в рамках организации,
- внутренние мотивационные структуры личности сотрудников организации, побуждающие к воплощению в своем поведении и деятельности корпоративных ценностных идеалов.

Президент и исполнительный директор «Хонда Мотор Ко Лтд» Нобухико Кавамото

- «Одна из важнейших вещей, которую дали компании ее основатели- это философия». Именно она служит компании надежно и сегодня, составляя мировоззренческий базис всей разносторонней деятельности мощной финансово-промышленной группы «Хонда».
- «Деятельность без философии - это смертоносное оружие; философия без деятельности - пустые слова»