

Областное государственное бюджетное  
профессиональное образовательное учреждение  
«Томский базовый медицинский колледж»



# КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА



# КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА: ПОНЯТИЕ, КОМПОНЕНТЫ



**Корпоративная культура** - это система ценностей, образцов поведения и убеждений, возникающих внутри трудового коллектива в процессе совместной профессиональной деятельности.

*Компоненты корпоративной культуры:*

- 1. Понимание миссии и традиций организации*
- 2. Формирование стиля и формы внутреннего и внешнего общения*
- 3. Организация процесса оказания услуг*
- 4. Стиль руководства и кадровая политика*

Носителями культуры организации являются люди, но вырабатывается она и формируется, в основном, высшим руководством.





# КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА: РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Корпоративная культура компании/организации является выражением ценностей, установок и моделей поведения всех ее членов, сформировавшихся в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции.



Основная цель любой организации — долговременность существования и/или финансовая эффективность. Но каждая компания определяет способы своего существования и поведение на рынке.

Это и есть Стратегия — цель и способы существования.





# ЭЛЕМЕНТЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Структура  
компании,  
способы  
коммуникаций

Стиль общения

Мифы, легенды

Корпоративные  
мероприятия

Регламентирующ  
ие документы

Декларируемые  
ценности

Система  
вознаграждений  
и поощрений

Элемент  
ы  
корпора-  
тивной  
культуры

# УРОВНИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ



1

- **Поверхностный (внешние факты)** — образцы поведения, эмоциональная атмосфера и стиль общения, технологии, стиль одежды, организация рабочих мест и зон взаимодействия с клиентами, символы, ритуалы и т.д.;

2

- **Внутренний (ценностные ориентации и предписания)** — моральные убеждения и этические правила, кодекс поведения, ценности, корпоративная философия;

3

- **Глубинный (базовые личностные предположения** — что формирует личность человека) — верования и установки, национальный менталитет, отношение к миру, человеку и деятельности.



# ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ



Личностные

Социальные

Технические

**Ф  
А  
К  
Т  
О  
Р  
Ы**

Экономические

Профессиональн  
ые

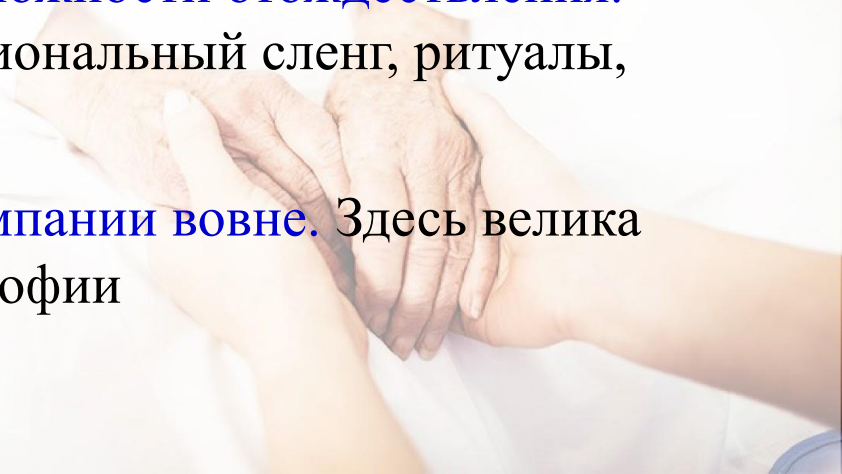
Национальные





# РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

1. Поддержание равновесия во внутренней среде
2. Воспроизведение самой себя (на всех уровнях и составляющих компании), трансляция, «воспитание» вновь прибывающих сотрудников.
3. Создание ощущения общности и возможности отождествления. Здесь большую роль играют профессиональный сленг, ритуалы, легенды и мифы компании.
4. Трансляция определенного образа компании вовне. Здесь велика роль элементов корпоративной философии



# УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРОЙ



## Формирование

- Формирование ценностей
- Установление норм поведения
- Формирование традиций ритуалов
- Установление системы коммуникаций
- Разработка системы мотивации
- Разработка символики, дизайна

## Поддержание

- Подбор новых сотрудников
- Социализация новых работников
- Разработка внутренних документов
- Укрепление ценностей путём обучения, тренинга
- Мотивация сотрудников для закрепления корпоративных ценностей и норм поведения
- Укрепление традиций, знание истории организации, чествование ветеранов

## Изменение

- Определение новых ориентиров и ценностей
- Установление новых правил, норм поведения, системы взаимоотношений
- Изменение мотивации
- Обучение сотрудников

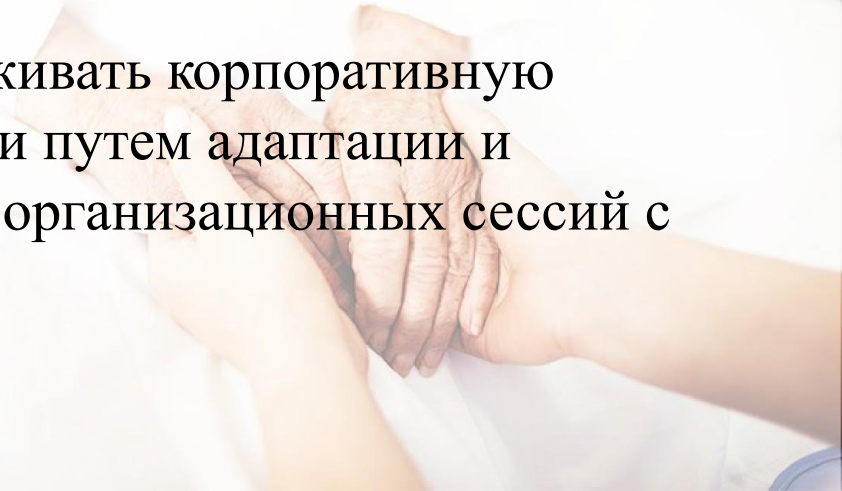






# ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ТРАНСЛЯЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

- **Во-первых**, нужно принять во внимание, что корпоративная культура есть всегда. Она как психическая жизнь человека пронизывает все существование;
- **Во-вторых**, необходимо четко следовать выбранным принципам;
- **В-третьих**, следует постоянно поддерживать корпоративную культуру во внутренней среде компании путем адаптации и обучения сотрудников, периодических организационных сессий с руководителями.





# ***ОРГАНИЗАЦИЯ ОБУЧЕНИЯ ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ ОСНОВАМ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ***

***Стандарт организации амбулаторной помощи на  
территории Томской области.***

***Распоряжение Департамента здравоохранения Томской  
области от 10.09.2018 № 817***





# ОБУЧЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЕЙ

**В рамках образовательного процесса должны быть достигнуты следующие цели:**

- Осознание руководством необходимости формирования корпоративной культуры, понимание целей и задач этого процесса
- Составление индивидуального плана работ для каждой МО

**Минимальный перечень тем, рекомендуемый к включению в образовательную программу:**

- Основы корпоративной культуры: философия, принципы, основные составляющие
- Кадровая политика и взаимоотношения в коллективе
- Корпоративный стиль: предназначение, применение и управление
- Внутренние и внешние коммуникации: принципы организации и управление

**Перечень сотрудников, рекомендованных для прохождения данного обучения:**

- Руководитель МО и заместители руководителя
- Начальник кадровой службы и/или специалист по работе с персоналом
- Начальник пресс-службы и/или специалист по связям общественностью



# МИССИЯ И КОРПОРАТИВНЫЙ СТИЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ

**Единая миссия  
медицинских  
организаций Томской  
области – сохранение и  
восстановление  
здоровья населения  
региона.**



*Для визуализации корпоративной культуры в организации необходимо разработать фирменный стиль, который станет отличительной особенностью МО, располагая к себе пациента с момента входа.*



Областное государственное бюджетное  
профессиональное образовательное учреждение  
«Томский базовый медицинский колледж»



# КОРПОРАТИВНЫЙ СТИЛЬ. ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ И ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ СРЕДНЕГО МЕДИЦИНСКОГО ПЕРСОНАЛА



Областное государственное бюджетное  
профессиональное образовательное учреждение  
«Томский базовый медицинский колледж»



# РОЛЬ ГЛАВНОЙ МЕДИЦИНСКОЙ СЕСТРЫ В ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ. ИМИДЖ РУКОВОДИТЕЛЯ СЕСТРИНСКОЙ СЛУЖБЫ



Областное государственное бюджетное  
профессиональное образовательное учреждение  
«Томский базовый медицинский колледж»



# БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ

