

Тема 1. Сущность и содержание корпоративной культуры

курс лекций по учебной дисциплине Корпоративная культура и
управление персоналом
для студентов специальности (100201) Туризм
автор: ст. преподаватель кафедры управления персоналом и
документоведения
Института права и управления ВГУЭС
Николаева Виктория Ивановна



Цель и задачи учебного курса

- **Данный курс преследует целью**, в изложении основных понятий теории корпоративной культуры и подходов в области управления персоналом, сформировать у студентов представление о корпоративной культуре и её значении для развития предприятий и организаций;
- о механизмах формирования корпоративной культуры и её основных элементах;
- о роли персонала в формировании корпоративной культуры;
- об эффективных механизмах управления персоналом.
- **Целью курса** также определено: научить студентов, на базе полученных теоретических знаний, решать условно-производственные задачи по формированию корпоративной культуры и повышению качества труда персонала на предприятиях туристской индустрии

Список литературы

- Асаул, А.Н. Культура организации: проблемы формирования и управления /Асаул А.Н., Асаул М.А., Ерофеев П.Ю., Ерофеев М. П. – СПб.: «Гуманистика», 2006. – 216 с.
- Кунде, Йеспер. Корпоративная религия: создание сильной компании с яркой индивидуальностью и корпоративной душой /Й. Кунде; пер. с англ. М. Ершовой, Е. Терукова. – СПб.: Стокгольмская шк. экономики в СПб., 2004. – 270 с.
- Лапина, Т.А. Корпоративная культура /Т.А. Лапина. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2005. – 96 с.
- Шейн, Э.Х. Организационная культура и лидерство /Э.Х. Шейн; пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. – СПб: Питер, 2002. – 336 с.
- Музыченко, В.В. Управление персоналом. Лекции /В.В. Музыченко. – 2-е изд. – М.: «Академия», 2006. – 528 с.

План лекции

- Содержание понятия культура
- Определение и функции корпоративной культуры
- Факторы формирования корпоративной культуры
- Основные характеристики



Историческая справка

- В средние века это слово стало означать прогрессивный метод возделывания зерновых и, таким образом, возник термин «агрокультура», или искусство земледелия.
- В XVIII - XIX вв. термин культура стали употреблять и по отношению к людям, и если человек отличался изяществом манер и начитанностью, его считали культурным.

Тогда термин применялся главным образом к аристократам, чтобы отделить их от «некультурного», простого народа.

Сегодня термин «культура»

- обозначает созданную людьми искусственную среду существования и самореализации:
- это обычаи, верования, ценности, нормы, символы, находящие выражение в предметной среде, моделях поведения,
- которые усваиваются людьми, передаются ими из поколения в поколение,
- являются важным источником регулирования социального взаимодействия и поведения.

Культура

- **Культуру можно рассматривать как систему духовных кодов, некую информационную программу, которая заставляет людей воспринимать и оценивать происходящее в определенном смысле, поступать так, а не иначе.**

Итоговое определение культуры

- **Культурой** называется система ценностей, представлений о мире и правил поведения, общих для людей, связанных определенным образом жизни.
- Она символизирует убеждения, ценности и выразительные средства (применяемые в искусстве и литературе), которые являются общими для какой-то группы и служат для регулирования поведения членов этой группы.

Американский социолог Клиффорд Гиртц

- назвал культуру «системой регулирующих механизмов, которые включают в себя планы, правила, инструкции служащие для управления поведением».

Главные функции культуры

- 1. Регулирование поведения людей в обществе в целом, или в рамках отдельных социальных групп**
- 2. Культура создает чувство единства, идентичности членов группы, принадлежности к одному обществу.**

Культуру можно структурировать, выделив в ней различные элементы и отношения между ними.

Различают материальную и нематериальную культуру.

К материальной культуре относят все физические объекты, созданные людьми, которым придается определенный смысл - книги, одежда, школы, церкви, оружие, сады, парки и т.д.

Нематериальная культура – система ценностей, верований, правил, обычаев, систем правления, языков, т. е. всего того, что относится к области духовного, неопредмеченного.

По мнению известного американского антрополога Уорда Гуденау, в культуре можно выделить четыре системаобразующих элемента:

- **1. Понятия (или символы), обозначающие способ организации человеческого опыта.**
- **Это – все, что несет в себе особый смысл, признаваемый членами данной культуры.**
- **Человек до такой степени зависит от понятий (символов), что воспринимает их как само собой разумеющееся. Например, мы переходим дорогу на зеленый свет и для нас это – естественный процесс и по другому и быть не может.**

По мнению известного американского антрополога Уорда Гуденау, в культуре можно выделить четыре системаобразующих элемента:

- **Вхождение же в незнакомую культуру сразу напоминает нам о власти символов – мы испытываем культурный шок от того, что не можем прочесть чужие символы.**
- **Например, попадая за границу мы сталкиваемся с образами написанными на другом языке, с другими обычаями, традициями и т.д.**
- **Понятия содержатся главным образом в языке. Благодаря им становится возможным упорядочить опыт людей. Например мы одинаково воспринимаем окружающий мир, но в разных культурах мир организован по разному**

По мнению известного американского антрополога Уорда Гуденау, в культуре можно выделить четыре системаобразующих элемента:

- **2. Отношения или представления о том, каким образом различные аспекты опыта людей взаимосвязаны между собой.**
- **Культуры не только выделяют те или иные части мира с помощью понятий, но и поясняют как эти понятия взаимосвязаны между собой в пространстве и времени (например, черное противоположно белому, добро противоположно злу).**

По мнению известного американского антрополога Уорда Гуденау, в культуре можно выделить четыре системаобразующих элемента:

- **3. Ценности** - общепринятые верования относительно целей, к которым люди должны стремиться, утверждения о должном с позиции культуры.
- Они составляют основу нравственных принципов (например, в христианской культуре доминирующие ценности содержатся в Десяти заповедях: человеческая жизнь («не убий»), супружеская верность («не прелюбодействуй») и т.д.).
- Этот элемент культуры включает в себя такие категории как убеждения и идеология.

По мнению известного американского антрополога Уорда Гуденау, в культуре можно выделить четыре системаобразующих элемента:

- **Убеждения** – определенные утверждения, которые люди считают истинными
- **Идеология** – система представлений, утверждающая какие либо ценности и факты (коммунистическая, фашистская, демократическая, религиозная).

По мнению известного американского антрополога Уорда Гуденау, в культуре можно выделить четыре системаобразующих элемента:

- 4. **Правила** или **нормы** - набор стереотипов (ожидания или требований) регулирующих поведение людей в соответствии с ценностями их культуры.



1. Нормы бывают:

- **Писанные** (формальные) (зафиксированные в системе законодательства, каких либо нормативных документах).
- **Неписанные** (неформальные) (устные обычаи и традиции).

2. Нормы бывают:

- **Проскриптивными** – определяют то чего нельзя делать (преподаватель не имеет право выходить в аудиторию не имея программы курса)
- **Прескриптивными** – определяют то, что человек должен делать (каждый преподаватель должен иметь презентации лекций и разместить их на медиасервере)

Действие норм поддерживается санкциями

- социальными наказаниями или поощрениями, и образуют систему **социального контроля** (контроль со стороны общества за поведением индивидов).

Определение корпоративной культуры

- Понятие «корпоративная культура» для России является заимствованным как и практика создания и внедрения корпоративной культуры и до настоящего времени оно не устоявшееся.
- Поэтому Вы можете встретить различные определения одного понятия:
 - «Корпоративная культура»
 - «Организационная культура»
 - «Культура организации»

*В современной управленческой науке
понятие корпоративная культура
определяется как:*



**система ценностей,
разделяемая
сотрудниками
компании (набор
правил поведения,
ритуалов, мифов и т.
д.)**

**способ и
средство
создания и
развития
компании**

**особая
технология
управления
поведением
сотрудников
компании.**



Базируется корпоративная культура

- на жизненных ценностях сотрудников компании, и её нельзя сформировать за короткое время путем написания соответствующих документов, положений и инструкций

Корпоративная культура

- **Корпоративная культура** - система ценностей, бездоказательно разделяемых персоналом конкретного предприятия или организации, связанных с конечными целями его развития, которая определяет решения, поступки и всю деятельность персонала.
- Основная функция корпоративной культуры – управление персоналом организации или предприятия.

Корпоративная культура

- **Корпоративная культура** также трактуется как принимаемые большей частью компании философия и идеология управления, предположения, ценностные ориентации, верования, ожидания, распоряжения и нормы, лежащие в основе отношений и взаимодействий как внутри организации, так и за её пределами.

Корпоративная культура формирует:

- образ мышления сотрудников
- задает направления действий и деятельности сотрудников
- способствует сплочению трудового коллектива
- ориентирует сотрудников на достижение целей организации

Корпоративная культура формирует:

КК формирует



Факторы формирования корпоративной культуры

- **1. История организации и собственность**
- **2. Размер организации**
- **3. Технология производства**
- **4. Цели и задачи**
- **5. Рыночное окружение**
- **6. Персонал**

1. История организации и собственность.

- Для формирования корпоративной культуры организации должна иметь определенную историю – какое-то время существования, наполненное каким либо событийным рядом, которые и могут стать некой объединяющей основой для трудового коллектива.

Размер организации и технология производства

- **2. Размер организации**

Крупные организации без корпоративной культуры становятся неуправляемыми.

- **3. Технология производства**

**Вопросы: «что производится», «как производится»
определяют тип корпоративной культуры**

4, 5 и 6 пункты:

- **4. Цели и задачи**

Корпоративная культура создается в той, организации, где формируется стратегические цели и задачи развития на долгосрочную перспективу.

- **5. Рыночное окружение**

Для стабильной рыночной ситуации подходят устоявшиеся консервативные нормы и ценности.

Для быстроменяющихся рынков необходимо постоянное изменение норм и ценностей.

- **6. Персонал**

Подбор персонала, ориентированного на нормы и ценности данной культуры

Основные характеристики корпоративной культуры

- **индивидуальная автономность** – степень ответственности, независимости и возможностей выражения инициативы в организации;
- **структура** – взаимодействие органов и лиц, действующих правил, прямого руководства и контроля;
- **направление** – степень формирования целей и перспектив деятельности организации;
- **интеграция** – степень, до которой части (субъекты) в рамках организации пользуются поддержкой в интересах осуществления скоординированной деятельности;

Основные характеристики корпоративной культуры

- **управленческое обеспечение** – степень, относительно которой менеджеры обеспечивают четкие коммуникационные связи, помощь и поддержку своим подчиненным;
- **поддержка** – уровень помощи, оказываемой руководителями своим подчиненным;
- **стимулирование** – степень зависимости вознаграждения от результатов труда;
- **идентифицированность** – степень отождествления работников с организацией в целом;
- **управление конфликтами** – степень разрешаемости конфликтов;
- **управление рисками** – степень, до которой работники поощряются в инновациях и принятии на себя риска.

Спасибо за внимание!



Использование материалов презентации

Использование данной презентации, может осуществляться только при условии соблюдения требований законов РФ об авторском праве и интеллектуальной собственности, а также с учетом требований настоящего Заявления.

Презентация является собственностью авторов. Разрешается распечатывать копию любой части презентации для личного некоммерческого использования, однако не допускается распечатывать какую-либо часть презентации с любой иной целью или по каким-либо причинам вносить изменения в любую часть презентации. Использование любой части презентации в другом произведении, как в печатной, электронной, так и иной форме, а также использование любой части презентации в другой презентации посредством ссылки или иным образом допускается только после получения письменного согласия авторов.

