

# Лекция 5



---

## Корпоративная культура

**Владимирова Татьяна Леонидовна,**  
канд. филол. н.,  
доцент отделения русского языка ШБИП ТПУ

# Термин



---

- Впервые термин **«корпоративная культура»** использовал немецкий фельдмаршал и военный теоретик Мольтке.
- Он применил его к взаимоотношениям в офицерской среде.



# Корпоративная культура

---

- это стратегические цели, ценности и ценностные ориентации, организационные структуры, которые обеспечивают их единство, развитие и осуществление на практике, т.е. это идеологическое пространство, которое формирует у сотрудников компании определенные поведенческие установки;
- это система взаимодействия, способствующая оптимизации деловых отношений;
- это то, что отличает одну компанию от другой.

# Функции

## корпоративной культуры

---

- предупреждение и быстрое разрешение конфликтных ситуаций (все конфликты внутри коллектива должны быть классифицированы и проанализированы руководителем);
- объединение личных целей сотрудников и корпоративных целей компании (позволяет сократить текучку кадров);
- трудовой коллектив превращается в проводника идей, культуры, идеологии компании для внешней аудитории (компания становится интересной для деловых партнеров, акционеров и потребителей продукции);
- стимулирует инновации и управление изменениями;
- формирует конкурентные преимущества компании на рынке.

# Механизмы передачи корпоративной культуры



---

- выделение объектов внимания, оценки и контроля руководителя,
- система критериев взысканий и поощрений,
- создание образцов для подражания (поведение руководителя – это зачастую образец подражания для подчиненных, на основе которого формируются представления о компании и корпоративные ценности сотрудников, особенно новых),
- стратегии разрешения критических ситуаций.
- критерии отбора кандидата при приеме на работу, повышении в должности и увольнении (сокращении).

# Положительный имидж компании



---

- формируется под воздействием контактов с компанией: непосредственное общение с сотрудниками фирмы, реклама, посещение выставок и презентаций;
- культура компании имеет внутреннюю и внешнюю категории.



# Внутренние категории культуры компании

---

- Место работы
- Ценности компании
- Поведение и морально-этические нормы
- Организация питания сотрудников
- Время на работе
- Вредные привычки и отношение к ним высшего руководства
- Взаимообучение

# Внешние категории культуры компании

---

- форма работы с клиентами (взаимодействие, рассмотрение рекламаций, решение спорных вопросов);
- корпоративная книга продаж (документ, отражающий все этапы работы с клиентами, принятые в компании стандарты этой работы, и специфику продаж с учетом особенностей товара и компании);
- как и на чем построено взаимодействие с конкурентами.



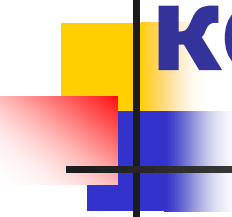
# Составные части имиджа

## компании

---

- Кадры, кадровая политика
- Дизайн организации, ее помещений
- Представительство организации – люди, представляющие на разных уровнях организацию
- Реклама организации
- Исходящая документация должна отличаться высоким качеством бумаги и печати, соответствовать нормам современного делопроизводства
- Культурные аспекты: культура общения внутри организации, язык общения (грамотный русский), символ, девиз, летопись, традиции, ритуалы и др.

# Составные части имиджа компании (2)



---

- Требования к сотрудникам: преданность организации, интерес к деятельности, ответственность за благополучие и эффективное развитие организации
- Корректирование межличностных отношений на основе служебно-административного кодекса: соблюдение иерархии, соподчинения без унижения сотрудников, отсутствие фамильярности и т.п.
- Социальная ответственность за общественные последствия деятельности компании: экологические проблемы, обеспечение социальных гарантий сотрудникам и т.п.
- Благотворительная деятельность организации

# Типология корпоративных культур (Ч. Ханди)

- **Силовая культура** («культура Зевса»). Руководитель и хозяин одно лицо, обладает личностной силой и является неизменным лидером.
- **Ролевая (бюрократическая) культура** («культура Аполлона»). Характерна для больших компаний. Все права и обязанности всех сотрудников четко определены.
- **Личностная культура** («культура Диониса»). Встречается редко. Коллектив состоит из высокопрофессиональных сотрудников. Они могут работать как без руководителя, так и друг без друга.
- **Целевая культура** («культура Афины»). Формируется в компаниях, деятельность которых направлена на решение конкретных задач.

# Типология корпоративных культур (У. Оучи)

- **Рыночная культура:** руководство и трудовой коллектив ориентируются на рентабельность компании, т.е. культура базируется на господстве стоимостных отношений.
- **Бюрократическая культура** основана на системе власти, осуществляющей регламентацию всей деятельности компании в форме правил, инструкций и процедур.
- **Клановая культура** присуща неформальным организациям и дополняет 2 другие. Люди объединены разделяемой всеми системой ценностей.

# Типы корпоративной культуры (Ф. Бернс и Л. Нельсон)

---

- **Реагирующая:** господствует атмосфера неуверенности, все контролируется и перепроверяется высшим должностным лицом.
- **Отзывчивая:** сотрудники имеют высокие результаты и сконцентрированы на совместной работе, высокий уровень сотрудничества.
- **Активная:** деятельность руководителей направлена на достижение определенной цели, такие руководители мыслят стратегически.
- **Высокоэффективная:** люди работают, чтобы самосовершенствоваться, руководители предоставляют для этого максимум возможностей.

# Хищные корпоративные культуры



---

- **Культура правил**: поведение сотрудников регламентируется до мелочей. Свод правил регулирует (и довольно жестко) все стороны жизни компании.
- **«Царская воля»**: авторитарная корпоративная культура. Деятельность сотрудников должна быть согласована с первым руководителем.
- **«Сам за себя»**: крайний индивидуализм сотрудников и порожденная им высоко конкурентная среда. Работники компании рассматривают друг друга не как партнеров, а как конкурентов.

# Этический кодекс



---

- Ценности, этические нормы компании.
- 2 вида этических кодексов – профессиональные и корпоративные (регулируют отношения людей внутри профессиональных и корпоративных групп).
- В зависимости от идентичности специалиста (с организацией или с профессиональным сообществом) более значимым для него будет кодекс профессиональной или корпоративной этики.



# Корпоративный кодекс

---

- Документ, охватывающий правила поведения и работы сотрудников в коллективе, правила субординации и многие темы, которые не определены трудовым законодательством или трудовым договором.
- Некоторые руководители включают в корпоративный кодекс форму наставничества, формы и методы обучения и продвижения сотрудников, систему поощрений и взысканий.
- Важнейшая задача кодекса корпоративной этики – установить приоритеты в отношении целевых групп и пути согласования их интересов.



# Функции кодекса корпоративной этики

- **Репутационная функция** заключается в формировании доверия к компании со стороны внешних групп.
- **Управленческая функция** состоит в регламентации поведения в сложных этических ситуациях.
- **Часть корпоративной культуры.** Кодекс корпоративной этики – значимый фактор развития корпоративной культуры, который транслирует ценности компании всем сотрудникам, ориентирует сотрудников на единые корпоративные цели.



# Контактная информация

---

- Владимирова Татьяна Леонидовна
- [tatvlad@tpu.ru](mailto:tatvlad@tpu.ru)