

факторы (заработная плата, администрация школы, взаимоотношения с учащимися и т.д.).

Можно предложить следующие рекомендации по повышению стрессоустойчивости учителей:

- В процессе адаптации молодых специалистов необходимо предоставить им и всему педагогическому коллективу мероприятия по улучшению социальной сплочённости. Это могут быть тренинговые занятия на формирование благоприятного психологического климата, на снятие психической напряжённости, тренинг уверенного поведения и т.д.

- Ввести новое положение по закреплению опытного преподавателя, который уже выработал индивидуальный стиль деятельности за молодым специалистом.

- Не превышать руководством работу молодого преподавателя по объёму и степени сложности.

*Закирина Ю.А.*

г.Екатеринбург, РГППУ

## **Ценности как ключевой элемент корпоративной культуры<sup>1</sup>**

Эффективность деятельности компании в значительной мере определяется такими основными факторами, как производственные мощности, технологии, персонал, его квалификация и потенциал развития. Наряду с ними к наиболее значимым факторам относится корпоративная культура, которая выступает в качестве условной системы, состоящей из набора правил и стандартов, определяющих взаимодействие и согласованность членов коллектива, управленческого звена, структурных подразделений и ключевых факторов развития компании.

В литературе по теории организации не существует единого общепринятого определения корпоративной культуры. Однако практически все авторы воспринимают ее как систему общего мнения и ценностей, разделяемых всеми членами организации, как характерную черту, отличающую одну организацию от другой. Таким образом, ценности имеют важное значение в общей структуре корпоративной культуры.

---

<sup>1</sup> Научный руководитель – Реньш М.А., доцент каф. ППР, к.ф.наук

Один из наиболее серьезных исследователей корпоративной культуры Мазур И.И. определяет корпоративную культуру следующим образом:

Корпоративная культура – интегральная, достаточно регламентированная, данная на языке определенной типологии характеристика компании, которая включает такие аспекты, как:

принятые и разделенные всеми работниками нормы;

принципы, способы распределения власти;

принятый в компании стиль руководства, сплоченность и связанность работников компании;

характерные способы организации протекания взаимодействия персонала (т.е. процессов координации, коммуникации, деятельности по разрешению конфликтов и принятию решений, налаживанию внешних связей сотрудников);

организация ролевого распределения;

система ценностей, образцы поведения, способы оценки результатов, типы управления [Мазур И.И.].

В основе корпоративной культуры лежат те идеи, взгляды, основополагающие ценности, которые разделяются членами компании. Они могут быть абсолютно разными, в том числе и в зависимости от того, что лежит в основе: интересы компании в целом или интересы ее отдельных членов. Это ядро, определяющее все остальное. Из ценностей вытекают стили поведения, общения, деятельности [Мазур И.И.].

С точки зрения аксиологии (учения о ценностях), ценности представляют собой свойства общественного предмета удовлетворять определенным потребностям отдельного человека или группы. Ценностные отношения не возникают до тех пор, пока субъект не обнаружил для себя проблематичность удовлетворения актуальной потребности. Применительно к организационной культуре ценности можно определить как целевое и желательное событие, поскольку личность всегда занимает позицию оценки по отношению ко всем элементам окружающей ее внешней среды. Ценности в данном случае служат стимулом, необходимым условием для любого рода взаимодействия.

В силу социального неравенства, существующего как в обществе, так и в любой организации, ценности среди людей распределяются неравномерно. Именно на неравном распределении ценностей строятся

отношения власти и подчинения, все виды экономических отношений, отношения дружбы, партнерства и т.д. Распределение ценностей в социальной группе, например, среди сотрудников компании, социологи называют ценностным образом данной группы или организации. Что касается отдельного сотрудника, то внутри организации в рамках общего ценностного образа каждый из них занимает индивидуальную ценностную позицию. Ценностные образы и позиции изменяются в процессе межличностного взаимодействия и обмена ценностями.

Корпоративные ценности и нормы, с точки зрения консультантов по управлению и организационной культуре, включают в себя достаточно объемный перечень:

- предназначение организации и ее “лицо” (высокий уровень технологий; высшее качество; лидерство в своей отрасли; преданность духу профессии; новаторство и другие);
- 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);
- 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);
- критерии выбора на руководящие и контролирующие должности (старшинство или эффективность работы; приоритеты при внутреннем выборе; влияние неформальных отношений и групп и т.д.);
- организация работы и дисциплина (добровольная или принудительная дисциплина; гибкость в изменении ролей; использование новых форм организации работы и другое);
- 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.);

- распространение и обмен информацией (информированность сотрудников; легкость обмена информацией);

- характер контактов (предпочтение личным или письменным контактам; жесткость или гибкость в использовании установившихся каналов служебного общения; возможность контактов с высшим руководством; применение собраний; кто приглашается и на какие собрания; нормы поведения при проведении собрания);

- 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 и формальная; скрытая или открытая; кем осуществляется; как используются результаты).

Вряд ли возможно привести какой-либо обобщенный перечень корпоративных ценностей, поскольку организационная культура почти всегда является оригинальной смесью ценностей, привычек, традиций, форм поведения и ритуалов, присущих только данной организации. Стремление к общим ценностям способно объединить людей в группы, создавая мощную силу в достижении поставленных целей. Этот аспект ценностей широко используется в корпоративной культуре в качестве рычага управления, поскольку позволяет направлять активность людей на достижение поставленных целей.

В основе нашего желания исследовать и понять корпоративную культуру одной из строительных организаций г. Екатеринбурга лежали две причины: (1) научные соображения, требующие создания соответствующей теории и (2) соображения практического свойства, связанные с необходимостью помочь руководителям управлять сложными проблемами культурного характера в организации. В исследовании мы использовали описательный (посредством наблюдения) и формализованный (посредством специально собранной батареи опросников) подходы. При изучении корпоративной культуры также необходимо помнить о соблюдении принципов исследования сложного феномена: комплексности, всесторонности, принципе от “внешнего к внутреннему”, принципе “снизу вверх” (от подчиненного к руководству), качественном анализе и др.

По результатам проведенного нами исследования можно сказать, что персонал компании не связан между собой на уровне ценностно-организационного единства, имеются существенные рассогласования в представлениях о реальной и “предпочитаемой” организации, наблюдается недовольство действиями руководства, напряженный социально-психологический климат, поведение персонала чрезмерно формализовано (ведут себя как предписывает должность). Все это требует работы по оформлению и дальнейшей трансляции корпоративной культуры новым сотрудникам, а также коррекция кадровой политики руководства.

*Закирина Ю.А.*

г.Екатеринбург, РГППУ

### **Сущность и причины нововведений в организации: феноменологический подход к проблеме<sup>1</sup>**

Эффективность деятельности организации во многом зависит от того, насколько она адаптирована к внешней среде, в какой мере гибки, подвижны ее структуры, в какой мере она способна к нововведениям.

Необходимость инновационной деятельности, способность к нововведениям выступает как императивное требование нашего времени, является общим.

Механизмы приспособления к изменившейся внешней среде, разнообразные преобразования и нововведения рассматриваются в специальной отрасли знания – инноватике. Инноватика – это наука о целенаправленных изменениях, нововведениях в организации. Таким образом, в отличие от различных стихийных, спонтанно возникающих изменений инноватика рассматривает механизм инициируемых и контролируемых изменений, происходящих на основе рационально-волевого действия.

Причины необходимости нововведений определяются проблемной ситуацией, а именно:

- заказом, приказом;
- снижением качества, эффективности труда в организации и на производстве;

---

<sup>1</sup> Научный руководитель – Реньш М.А., доцент каф. ППР, к.ф.наук