

Овчинникова Валерия Сергеевна,

студентка магистратуры,

ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»,

г. Пятигорск, Ставропольский край, Россия

КОРПОРАТИВНЫЕ ЦЕННОСТИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНЫМИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ

Формирование и развитие корпоративных ценностей в настоящее время становится актуальным способом решения ряда множества проблем, возникающих в управлении любой организацией, в том числе и социально-культурной сферы. Поддержание ценностей играет ключевую роль во взаимоотношениях работников, в культуре учреждения, в связях с его внешней средой. В статье раскрывается проблема формирования корпоративных ценностей в системе управления социокультурными учреждениями.

Ключевые слова: ценности, корпоративные ценности, классификация ценностей, социально-культурные учреждения.

Valerija S. Ovchinnikova,

graduate student,

FGBOU VO «Pyatigorsk State University»,

Pyatigorsk, Stavropol Region, Russia

CORPORATE VALUES IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF SOCIO- CULTURAL INSTITUTIONS

Formation and development of corporate values becomes in modern times an actual method of solving a number of problems that arise in the management of any organization, including socio-cultural. Maintaining values plays a key role in the relationships of workers, in the culture of the institution, in relations with its external environment. The article reveals the problem of the formation of corporate values in the management system of socio-cultural institutions.

Keywords: values, corporate values, the classification of values, socio-cultural institutions.

Ценности являются важнейшими компонентами человеческой культуры наряду с нормами и идеалами. Корпоративные ценности – это добровольно воспринимаемые и разделяемые сотрудниками убеждения и принципы взаимоотношений, реализуемые в правилах, нормах, языке общения при функционировании организации. Они служат критерием норм и правил

поведения человека в организации и являются условием для совместного эффективного труда [5]. Организационные ценности – это концепции или верования, относящиеся к желаемым конечным состояниям или поведению, которые руководят выбором сотрудника при принятии решений или оценке поведения или события, при этом они выходят за рамки конкретных ситуаций [3, с. 7].

В современной научной литературе отмечается, что руководство многих организаций стремится осуществлять свою деятельность, используя подход, основанный на ценностях. Существует несколько классификаций корпоративных ценностей. Одна из них наиболее широко распространена и содержит в себе ценности, которые подразделяются на терминальные и инструментальные. К терминальным обычно относятся такие, как доверие, надёжность, достижение, прибыль, власть и социальные ценности – взаимодействие с заинтересованными сторонами, взаимоотношения, социальные льготы, возможность действовать, выгода компании. Инструментальные ценности включают в себя моральные и компетентностные. Моральные – это честность, справедливость, надёжность и др.; компетентностные – продвижение, продукция, улучшение и др.

Ценностное управление представляет собой реализацию в учреждении регулярного менеджмента на базе общих, согласованных и принятых всеми сотрудниками ценностных приоритетов [6, с. 280]. Ценностное управление приносит пользу именно тогда, когда руководство организации способно на сознательный анализ, оценивание и управление ценностной структурой компании и её подразделений; носит негативный (хаотичный и неконтролируемый) характер, когда руководство недостаточно уделяет внимание ценностям организации и этим содействует ситуации развиваться под влиянием случайных людей, факторов и событий.

Корпоративные ценности любого учреждения являются основополагающими и неизменными и носят более перманентный характер, чем стратегия организации или её организационная структура.

Совокупность корпоративных ценностей определяет культуру и характер самой организации. Это происходит в связи со спецификой социально-культурных учреждений, которая заключается в том, что организационные ценности выступают для конкретного учреждения одновременно и в качестве терминальных ценностей [1; 4]. Анализ перечня терминальных ценностей (ценностей-целей), сформулированный американским психологом М. Рокичем, показывает, что это справедливое утверждение. В перечне терминальных ценностей указываются: красота природы и искусства, которая связана с удовлетворением потребности человека переживать прекрасное; познание, связанное с удовлетворением потребности человека в образовании, расширении своего кругозора, культуры и интеллектуального уровня; развитие, связанное с потребностью в постоянном самосовершенствовании физического и духовного характера; развлечения, которые направлены на удовлетворение потребности в приятном времяпровождении; творчество, связанное с удовлетворением [4; 63].

Примечательно, что в любом случае, думает ли руководитель о ценностных приоритетах управления или нет, ценности управляют его организацией. В настоящее время социально-культурные учреждения претерпевают большое влияние процесса глобализации, повышения роста социально-экономических и научно-технических темпов, высокой конкуренции, недостаточного внимания со стороны государства. Все эти факторы показывают необходимость усиления внутренней среды в таких организациях, построения эффективной системы организационных ценностей.

Руководству организации желательно грамотно подойти к данным проблемам и уметь следовать следующей программе действий:

- диагностика имеющихся ценностей в организации;
- анализ стратегического видения и миссии;
- анализ стратегических целей учреждения;
- анализ и оценка основных компетенций компании;

- создание расширенного списка возможных корпоративных ценностей исходя из видения, миссии, стратегических целей и основных компетенций организации;

- привлечение персонала с разных уровней для работы со списком возможных ценностей;

- стратегическая сессия (процесс анализа состояния компании и выработки решений стратегического характера) для формирования окончательного списка организационных ценностей;

- переход каждой корпоративной ценности на уровень поведения;

- утверждение финального списка организационных ценностей, декомпозированных на уровень поведения;

- является самой долгой и затруднительной – вовлечение персонала учреждения в осознание, принятие и следование корпоративным ценностям организации.

Желательно, работая над корпоративными ценностями, привлекать как можно больше сотрудников.

Данная программа позволяет руководству быть уверенными, что новые ценности организации будут работать и не останутся забытыми через некоторое время.

Кроме того, корпоративные ценности, разрабатываемые руководством учреждения, должны быть направлены, как на внутренние отношения в компании, так и на внешние. К ним относятся: ценности самой организации, правила работы с клиентами, отношение к партнерам и сотрудникам и т.д. В связи с этим, определяя основные ценности учреждения, необходимо всесторонне изучить их и задаться такими вопросами:

1. По какой причине мы должны соблюдать эти ценности? Какую выгоду они представляют для меня как работника?

2. Что случится, если этими ценностями не руководствоваться?

3. Каким образом учитываются корпоративные ценности в принятии решений?

4. Как нужно поступать, чтобы соответствовать установленным ценностям?

Чаще всего руководители социокультурных учреждений мотивируют сотрудников только на выполнение. У организаций, внедривших в свою систему корпоративные ценности, набирает актуальность дополнительного мотивирования сотрудников, которые максимально следуют установленным ценностям.

Чтобы работник научился использовать корпоративные ценности, следует привести ему яркий пример того, как эти ценности проявляются в процессе деятельности. Это должны быть жизненные ситуации, которые дают опыт в решении проблем, конфликтов и наоборот достижения высоких результатов и побед. При этом нужно конкретно указать на те принципы, которыми руководствовались в данных случаях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арсланова З. А. Специфика организационной культуры в учреждениях социальной защиты населения // *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*. – 2015. – №10. – С. 171–175.
2. Ефимова Е.В. Сущность и структура компетенций менеджера / *Университетские чтения-2010: Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Часть XIII. Секции 2-5 симпозиума 3.* – Пятигорск: ПГЛУ, 2010. – С. 122-127.
3. Кабалина В.И., Чеглакова Л.М. Корпоративные ценности в управлении российскими компаниями // *Российский журнал менеджмента*. – 2013. – Т.11. – №3. – С. 3-28.
4. Купчигина И.М., Балыкова И.Е. Изучение и анализ сформированности профессиональной культуры у будущих учителей в системе среднего профессионального образования // *Мир науки, культуры, образования*. – 2013. – №3(40). – С. 62-66.
5. Моделирование корпоративной культуры: Определение корпоративных ценностей [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.bitobe.ru/filedownload.php?file=6850>
6. Шашков И.А., Пшениснов Н.В. Ценностный подход к подбору и управлению персоналом / *Актуальные вопросы экономики региона: анализ, диагностика и прогнозирование: Материалы V Международной студенческой научно-практической конференции. Нижегородский филиал МИИТ; редактор: Н.В. Пшениснов.* – Нижний Новгород, 2015. – С. 279-281.