

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/esse/331523>

Тип работы: Эссе

Предмет: Экономика предприятия

нет

Ядром культуры любой организации, несомненно, являются ценности, на основе которых вырабатываются нормы и поведение внутри организации.

Именно ценности, разделяемые и провозглашаемые основателями и наиболее влиятельными членами организации, часто являются важнейшим звеном сплоченности персонала, единства взглядов и действий и, следовательно, достижения стратегических целей организации.

В отношении организации ценность может быть определена как целенаправленное и желательное событие, поскольку человек всегда занимает оценочную позицию по отношению ко всем элементам своей внешней среды. Ценности в данном случае служат стимулом, предпосылкой для любого типа взаимодействия.

Формирование любой организации начинается с определения базовых и базовых ценностей. Они предназначены для объединения идей создателей организации с индивидуальными интересами и потребностями сотрудников.

Часто выбор, сделанный в самом начале той или иной системы ценностей, закрепляется на подсознательном уровне персонала организации и определяет всю его деятельность.

Мировой опыт большинства организаций показывает, что в них преобладают следующие ценности: мы лучшие (или стремимся быть лучшими);

качество нашей деятельности может быть только превосходным;

в нашей деятельности важна каждая мелочь (или в нашей деятельности мелочей не бывает);

чтобы не отставать, мы должны побеждать каждый день (побеждать не кого-то, а побеждать со всеми трудностями и проблемами окружающей реальности);

мы не можем позволить себе ни побеждать, ни отговаривать себя от неудач;

ко всем остальным следует относиться как к личностям, а не как к винтикам в сложной машине;

Как видите, существует четкая тенденция к установлению таких отношений внутри и за пределами организации, которые ни в коем случае не приведут к потере чести, достоинства, здоровья и безопасности людей (клиентов, сотрудников, партнеров, конкуренты), но всегда будут способствовать хорошему и гармоничному

Среди основных индивидуальных ценностей сотрудников организации выделяются уважение коллег, творческая удовлетворенность, трудолюбие, отзывчивость, справедливость, скромность, терпимость, инициативность, соревновательность, профессиональная гордость и профессиональная честь.

Из-за социального неравенства, существующего в обществе и в любой организации, ценности неравномерно распределяются между людьми. Именно на неравномерном распределении ценностей строятся отношения власти и подчинения, всевозможные экономические отношения, дружеские отношения, партнерские отношения и т. д.

Что касается отдельных сотрудников, то внутри организации, как часть общей ценностной картины, каждый из них занимает индивидуальную ценностную позицию. Ценностные образы и позиции меняются в процессе межличностного взаимодействия и обмена ценностями.

Внутренняя система ценностей включает в себя основные философские позиции и идеи, принятые в компании.

Американские социологи Томас Питерс и Роберт Уотерман, авторы книги " в поисках эффективного управления. (Опыт лучших компаний) " на основе опросов таких компаний, как IBM, Boeing, Dana, McDonald's, Behtel и других, пришли к выводу, что успешные компании отличаются сильной ценностной ориентацией.

Система ценностей отражена в формулировке кредо организации. Кредо компании включает цель ее деятельности, основные принципы, стиль, определенные обязательства перед клиентами, акционерами, деловыми партнерами, персоналом, обществом.

Четко изложенные, сформулированные и зафиксированные в корпоративных документах, эти принципы и

обязательства позволяют объединить сотрудников вокруг четко определенных целей и ценностей. Внутри компании ключевые ценности влияют на взаимодействие между руководителями, сотрудниками и командами.

Например, если компания ценит независимость и способность брать на себя ответственность, менеджеры, вероятно, не будут каждый день следить за статусами всех задач и будут кружить, как вертолеты, над каждым исполнителем.

Корпоративные ценности определяют, как компания взаимодействует с внешним миром: клиентами, пользователями, партнерами, государством.

Если такое взаимодействие основано на общих принципах, то качество работы, уровень обслуживания и стиль общения будут одинаковыми в любой ситуации.

нет

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/esse/331523>