



Кафедра: Политика и управление
здравоохранением

Тема: Организационная культура. Модель
формирования организационной культуры

Выполнила: Алипбекова С.Н.

Приняла:

Факультет: МПД

Группа: 501-02к

Дисциплина: Организационное
поведение

План:

Введение:

Основная часть:

1. *Понятие организационной культуры*
2. *Основные источники организационной культуры*
3. *Область проявления организационной культуры*
4. *Типы организационной культуры*

Заключение:

Используемые материалы

Организационная или корпоративная культура — это шаблонный образ мыслей, ощущений и реакций, присущих организации либо ее внутренним подразделениям. Это уникальная «духовная программа», отражающая «индивидуальность» организации. Корпоративная культура ориентирует всех работников на то, что является для организации ценным и важным, указывает, какое поведение считается допустимым.

ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Внешняя
среда

Обществен-
ные ценности

Внутренняя среда
организации

Внешняя среда

Под факторами внешней среды в данном случае понимают факторы, неконтролируемые организацией, такие как природные условия или исторические события, повлиявшие на развитие общества.

Общественные ценности

К данной группе факторов можно отнести преобладающие в обществе убеждения и ценности, такие как свобода личности, человеколюбие, уважение и доверие к властям, нацеленность на действие и активную жизненную позицию и т.д.

Различное отношение к вопросам эффективного использования времени повлияет на организационную культуру компаний: в разных странах в разное время начинается и заканчивается рабочий день, разное время отводится на перерывы, различное количество нерабочих дней и разная продолжительность отпусков.

Внутренняя среда организации

Третий источник организационной культуры образуют специфические внутренние факторы самой организации. Например, развитие технологической среды будет влиять на требования компании к уровню квалификации персонала, что, в свою очередь, может отразиться на ее организационной культуре. Высокотехнологичные компании будут принимать на работу квалифицированных специалистов, сформировавших систему ценностей в процессе предшествующей социализации. Такая ситуация может привести к формированию отдельных элементов чужеродных субкультур, таких как группы с различной идеологией и системой ценностей, что значительно усложнит развитие единой сильной организационной культуры.

Функции организационной культуры

- 1) *обеспечение стабильности организации в условиях постоянно изменяющихся условий производства и хозяйствования;*
- 2) *обеспечение единства и общности всех членов организации.*

Особенно это важно в крупных организациях, имеющих свои отделения по всему миру. Организационная культура может соединять всех воедино, создавая имидж организации, ее узнаваемость;

- 3) *обеспечение вовлеченности всех членов организации в ее общее дело и достижение стратегических целей.*

Область проявления организационной культуры

Организационная культура проявляется в организационной структуре, стратегии социализации, классовых различиях, идеологии, мифах и символах, ритуалах и церемониях, языке общения.

1. *Организационная структура* компании складывается под влиянием внешней среды, которая в определенной степени определяет и взаимодействие различных подсистем компании.
2. *Стратегии отбора и социализации* определяют, где и как фирмы набирают новых сотрудников и каким образом осуществляется процесс их адаптации в коллективе.
3. *Статусные различия* определяются статусом и установленными отношениями между различными группами сотрудников.

4. Культура любой организации выстраивается вокруг определенной идеологии. *Идеология организации* — это система взглядов, убеждений и идей, сплачивающих людей, оценивающих и объясняющих отношение людей к действительности с точки зрения причинно-следственных связей.

5. Под *мифами* обычно понимают ряд вымышленных событий, используемых, чтобы объяснить происхождение или трансформацию чего-либо. Это безоговорочная вера, например, в превосходство определенной технологии или поведения, не подтвержденная реальными фактами.

6. *Символы* — это объекты, с которыми компания хочет ассоциироваться в глазах окружающих. К символам можно отнести такие атрибуты, как название компании, архитектура и размеры здания головного офиса, его местоположение и внутренний интерьер, наличие специальных парковочных мест для сотрудников принадлежащие компании, и т.д.

7. В каждой компании существует свой специфический уникальный *язык общения*. И как в любой стране национальный язык лучше всего понимают коренные жители, так язык организации лучше всего понимают ее сотрудники. Язык организации формируется на основе определенного жаргона, сленга, жестикуляции, сигналов, знаков, широко использует метафоры, шутки, юмор. Все это позволяет сотрудникам организации четко доносить специфическую информацию до своих коллег по работе.

8. *Ритуалы* – это продуманные, спланированные театрализованные действия, объединяющие различные формы проявления культуры в одно событие. Ритуалы и обряды рассчитаны на зрителей.

9. *Церемонии* — это системы, объединяющие несколько ритуалов, связанных с определенным событием (например, утверждение в должности, понижение в должности или увольнение и др.)

Типы организационной культуры

- культура личности (в центре внимания — профессионализм личности: адвокатские конторы, консультационные фирмы);
- центристская культура («гений и помощники», власть, жесткий контроль: инвестиционные, торговые, посреднические организации);
- формализованная культура (регламентация, жесткие нормы и правила: промышленные предприятия, банки);
- инновационная культура (заинтересованность в достижении результатов, зависимость от внешней среды: маркетинговые службы, рекламные агентства, школы бизнеса).

К

Культура личности

В организациях с таким типом культуры коллектив сотрудников обычно состоит из людей высокопрофессиональных, работающих относительно независимо. Они вообще могут работать как без руководителя, так и друг без друга, хотя по каким-либо причинам на данный момент им все же удобнее объединить усилия и работать вместе. Такая корпоративная культура рассчитана на удовлетворение личных амбиций и интересов. В центре внимания данных организаций находятся яркие творческие личности. Основой авторитета и влияния в организации являются, как правило, знания, опыт и способности сотрудника.

Центристская культура

Основу такой культуры, как правило, составляют власть и жесткий контроль. Отличительная особенность такой культуры состоит в том, что компания очень мобильна и легко приспосабливается к любым изменениям на рынке. Проблема данного типа культуры состоит в том, что она может препятствовать росту организации. Корпоративная культура такого типа может характеризоваться неправильными стратегическими решениями, низким моральным духом и большой текучестью кадров.

Формализованная культура

Формализованная культура, или, как ее часто называют, административная, — бюрократическая культура, характеризующаяся высоким уровнем формализации и регламентации, нормами, правилами, процедурами. Отличительная особенность такой культуры в том, что все права и обязанности сотрудников четко формализованы; при подборе работников учитываются не столько их профессиональные способности, сколько степень их соответствия конкретным должностным инструкциям, способность добросовестно выполнять возложенные на них обязанности. Достоинства такой организации — ориентация на обеспечение личной защищенности, стабильность, уважение к иерархии и опыту. Потенциально слабые ее стороны — замедленное восприятие изменений внешней среды и реагирование на них, что может привести к неудачам, поражениям в конкурентной борьбе, потере позиции на рынке и даже банкротству.

Инновационная культура

Здесь при отсутствии центра власти, проявляется большая заинтересованность в результатах деятельности, выполнении задач. Достоинство такой культуры — способность адекватно реагировать на условия внешней среды. Группы (команды) формируются для выполнения конкретных целей. Подобный тип культуры в основном используется там, где требуются гибкость, чуткое реагирование на рыночную конъюнктуру, нововведения, имеется сильная конкуренция, при которой жизненный цикл продукции короток, а скорость реагирования имеет критическое значение. Структура таких организаций чаще всего довольно размытая. Основное внимание уделяется профессионализму сотрудников. Целевая культура требует командной работы.

Организационные субкультуры

В типичной организации может существовать как доминирующая культура, так и несколько субкультур.

Доминирующая культура представляет собой сумму некоторых ценностей, разделяемых большинством членов организации.

Субкультура представляет собой сумму ценностей, которые разделяет меньшинство членов организации.

При исследовании организационной культуры компании необходимо либо рассматривать в качестве единицы анализа фирму в целом, либо рассматривать культуры её различных единиц (функциональных подразделений, подразделений по продукту, различных иерархических уровней управления или отдельных групп сотрудников), выявлять их общие доминирующие атрибуты, а затем их объединять.

Формирование организационной культуры

На формирование корпоративной культуры оказывают влияние: миссия и цели организации, стратегия развития, характер и содержание труда, квалификация, образование и общий уровень культуры работников, личность руководителя, его представления, принципы, ценности, поведение. Кроме того, на организационную культуру оказывает влияние и внешнее окружение: политические и экономические условия, национальные особенности, традиции, культура, классовые, этнические и расовые различия, деловая среда.

Факторы, влияющие на возможность изменения организационной культуры

Организационный кризис
Смена руководства
Стадии жизненного цикла
организации
Возраст организации
Размер организации
Уровень культуры
Наличие субкультур

Заключение

От организационной культуры зависит, в каком направлении развивается человек: в позитивном (идет личностный рост) или негативном (личностный рост ограничивается). Организационная культура часто оказывает значительное влияние и на мотивацию индивида. Если ему комфортно в организации, то и отдача от такого работника будет выше.

Используемые материалы

- Красовский, Ю. Д. Организационное поведение: учеб. пособие для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. / Ю.Д. Красовский. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 511 с.
- Ладанов, И.Д. Психология управления рыночными структурами: Преобразующее лидерство / И.Д. Ладанов. - М.: УЦ «Перспектива», 1997. - 288 с.
- Маслов, В.И. Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры: учебник / В.И. Маслов. - М.: Фин- пресс, 2004. - 288 с.
- Мильнер, Б.З. Теория организации: учебник: 2-е изд., перераб. и доп. /Б.З. Мильнер. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 480 с.
- Организационная культура: учебник / под ред. Н.И. Шаталовой. - М.: Экзамен, 2006. - 654 с.