

СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ

ЛУГОВСКИЙ ВЛАДИМИР АЛЕКСЕЕВИЧ



ТЕМА 15. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА

ПЛАН ЛЕКЦИИ

1. Понятие культуры, организационная культура, её происхождение.
2. Уровни и элементы организационная культура
3. Типология организационной культуры

1. ПОНЯТИЕ КУЛЬТУРЫ, ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА, ЕЁ ПРОИСХОЖДЕНИЕ.

Культура — это собираемое знание, которое передается от поколения к поколению, чтобы помочь членам групп жить в определенном времени, месте или ситуации.

Культура — это явление, которое выделяет человеческий вид среди других живых существ.

Культура — это такое усвоенное поведение и знания, которые интегрируются группой и разделяются членами группы.

ЧЕРТЫ КУЛЬТУРЫ:

- разделяется всеми или почти всеми членами некоторой социальной группы;
- передается старшими членами группы младшим;
- формирует поведение (мораль, законы, обычаи) и структуру восприятия и видения мира.

Организационная культура - это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявленных организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий.

В организациях, обладающих давней историей и традициями, почти каждый сотрудник может припомнить историю, легенду или миф, которые связаны с возникновением организации, ее основателями или выдающимися членами.

2. УРОВНИ И ЭЛЕМЕНТЫ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

- **национальная культура** - это культура страны или меньшинства в стране;
- **организационная культура** – культура корпорации, предприятия или ассоциации;
- **рабочая культура** - культура доминирующего вида деятельности общества;
- **культура команды** - культура рабочей или управленческой команды.

Организационная культура — это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявленных организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий



Анализируя структуру организационной культуры выделяют три ее уровня: **поверхностный, внутренний и глубинный.**

А) Знакомство с организационной культурой начинается с **поверхностного** уровня, включающего такие внешние организационные характеристики, как продукция или услуги, оказываемые организацией, используемая технология, архитектура производственных помещений и офисов, наблюдаемое поведение работников, формальное языковое общение, лозунги и т.п.

Б) Те, кто пытаются познать организационную культуру глубже, затрагивают ее второй, **внутренний уровень**.

На этом уровне изучению подвергаются ценности и верования, разделяемые членами организации, в соответствии с тем, насколько эти ценности отражаются в символах и языке.

В) Третий, глубинный уровень включает базовые предположения, которые трудно осознать даже самим членам организации без специального сосредоточения на этом вопросе.

Эти скрытые и принимаемые на веру предположения (например, отношение к природе, отношение к человеку, отношение к работе), которые направляют поведение людей, помогая им воспринять атрибуты, характеризующие организационную культуру.

КОМПОНЕНТЫ КУЛЬТУРЫ

1. Идентификация и цель: смысл Я (ощущение себя), место, миссия.
2. Коммуникативная система и язык общения.
3. Одежда, внешний вид и представление себя на работе.
4. Пища и способ её подачи.
5. Осознание времени, отношение к нему и его использование.
6. Взаимоотношения между людьми.
7. Ценности и нормы.
8. Убеждения и отношения. Мировоззрение.
9. Развитие и самореализация работника.
10. Особенности и методы работы.

3. ТИПОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

I. Типология Г. Хофштеда.

Аспекты, характеризующие менеджеров, специалистов и организацию в целом:

- индивидуализм - коллективизм;
- дистанцию власти;
- стремление к избежанию неопределенности;
- мужественность - женственность
- долгосрочность ориентации

II. ТИПОЛОГИЯ Т.Е. ДЕЙЛА.

Выделил четыре главных типа корпоративной культуры. В качестве анализируемых параметров он выбрал уровень риска и скорость получения обратной связи. На основании сочетания этих параметров были выделены следующие типы организационной культуры.

1. *Культура высокого риска и быстрой обратной связи.* Мир индивидуалистов, которые постоянно рискуют, но получают обратную связь быстро независимо оттого, правильны их действия или нет (индустрия развлечений, полиция, армия, строительство, управленческий консалтинг, реклама).

2. Культура низкого риска и быстрой обратной связи.

Служащие мало, чем рискуют, их поощряют вести интенсивную деятельность с относительно небольшим риском. Все действия получают быструю обратную связь. Клиент правит бал и определяет все.

3. Культура высокого риска и медленной обратной связи.

Высокий риск, предельно высокие инвестиции, медленная обратная связь, длительный процесс принятия решений, жизнестойкость и долгосрочная перспектива — вот характерные черты предприятий с таким типом организационной культуры.

4. Культура низкого риска и медленной обратной связи.

Небольшой риск, медленная обратная связь, внимание сотрудников и руководства концентрируется на техническом совершенстве, расчете степени риска, деталях.

Дефицит обратной связи заставляет служащих сосредотачивать свою энергию на том, как они что-то делают, а не на том, что они делают. Внимание уделяется памятным запискам, регистрации и подшивке документов, записям и техническим усовершенствованиям. Четко видны символы статуса.

III. ТИПОЛОГИЯ Р. АКОФФА.

1. Корпоративный тип культуры.

Низкая степень привлечения работников к установлению целей, низкая степень привлечения работников к выбору средств для достижения поставленных целей. Отношения автократии (традиционно управляемая корпорация с централизованной структурой).

2. Консультативный тип культуры.

Высокая степень привлечения работников к установлению целей, низкая степень привлечения работников к выбору средств для достижения поставленных целей. Отношения «доктор — пациент» (институты социальных и других услуг, лечебные и учебные заведения).

3. «Партизанский» тип культуры.

Низкая степень привлечения работников к установлению целей, высокая степень привлечения работников к выбору средств для достижения поставленных целей. Отношения автономии (кооперативы, творческие союзы, клубы).

4. Предпринимательский тип культуры.

Высокая степень привлечения работников к установлению целей, высокая степень привлечения работников к выбору средств для достижения поставленных целей. Отношения демократии (группы и организации, управляемые «по целям» или по «результатам», компании со структурой «перевернутой пирамиды»).

IV. ТИПОЛОГИЯ С. ХАНДИ.

Американский социолог С. Ханди предложил свою классификацию типов организационной культуры.

Для анализа он выбрал процесс распределения власти в организации, ценностные ориентации личности, отношения индивида и организации, структуру организации и характер ее деятельности на различных этапах эволюции.

На основе исследования этих параметров С. Ханди выделил четыре типа организационной культуры: культуру власти, культуру роли, культуру задачи и культуру личности.