



Любая организация стоит перед необходимостью формирования собственного вида - определения собственных целей и ценностей, стратегии свойства производимой продукции и оказываемых услуг, цивилизованных правил поведения и нравственных принципов работников, поддержания высокой репутации компании в деловом мире.

Организация работает и развивается, как сложный организм. Постоянно подвергаясь влиянию со стороны наружной среды приспосабливаясь к изменениям, современная организация обязана иметь способность сформировывать и накапливать потенциал, который может обеспечить не лишь своевременную и адекватную реакцию на действия наружной среды, но и даст возможность активно изменять окружающую реальность, эффективно управлять функционированием и развитием бесчисленных частей и подсистем организации. Этот "жизненный" потенциал деятельности организации обеспечивает организационная культура: то, ради чего люди стали членами организации; то, как строятся дела меж ними, какие принципы и способы выполнения работ употребляются в деятельности организации. В хоть какой организации существует диалог меж людьми, носителями организационной культуры, с одной стороны, и культуры, оказывающей влияние на поведение человека, с другой.

Организационная культура так же, как и общественная, выполняет две важные социальные функции: аккумуляция, хранение и передача образцов человеческих отношений, поведения и опыта; сплочение людей.

Организационная культура — это совокупность коллективных базовых представлений, групповых норм и ценностей, определяющих особенности поведения и взаимодействия сотрудников организации в различных видах деятельности, а также функционирующей в ней системы управления.

В структуре организационной культуры выделяются три основных уровня: внешний, внутренний, глубинный.

Внешний уровень — видимые артефакты организационной культуры. Это видимая часть организационной культуры, включающая в себя такие конкретные наблюдаемые артефакты, как символика, архитектура зданий, планировка и

оформление помещений, действия людей.

Внутренний уровень — провозглашаемые в организации и принимаемые сотрудниками общие ценности, убеждения и нормы поведения. Все внешне наблюдаемые проявления организационной культуры — отражение и проявление общепринятых в организации норм, убеждений, ценностей и верований.

Глубинный уровень — основополагающие культурные представления. К ним относятся традиционные, национальные, культурно-исторические и религиозные основы и предпосылки организационной культуры, включающие в себя базовые основополагающие представления о характере окружающего мира, человеческой природы, человеческих взаимоотношений и другие проявления менталитета.

Все компоненты организационной культуры можно разделить на две основные категории: внешние индикаторы, внутренние компоненты.

Внешние индикаторы представляют собой отражение сущности организационной культуры и в то же время сами поддерживают ее. К ним относятся: символика организации, внешний вид и одежда сотрудников, структурирование пространства и оформление помещений, особенности структурирования времени, язык и общение сотрудников, традиции и ритуалы.

Внутренние компоненты организационной культуры. В отличие от внешних индикаторов, которые открыты для стороннего наблюдателя и их можно заметить, просто побродив по коридорам организации и послушав разговоры, внутренние компоненты организационной культуры находятся на более глубинных уровнях и необходимо приложить целенаправленные познавательные усилия, чтобы их идентифицировать. К ним относятся:

Миссия организации включает в себя представления сотрудников о предназначении организации, основных целях существования и связанных с ними философских положениях, идеях и кредо, определяющих общий корпоративно-психологический настрой (дух) сотрудников.

В зависимости от содержания и назначения, миссии организаций разделяются на ряд групп:

- миссия как общечеловеческое предназначение;
- миссия как национальная идея;

- миссия как рекламная акция;
- миссия как главная стратегическая идея организации.

Организационные ценности — это совокупность ценностей, общих для членов организации или отдельных ее групп и влияющих на организационное поведение персонала и результативность его деятельности. На основе анализа организационных культур различных преуспевающих компаний исследователями описан ряд ценностей, следование которым обеспечило эффективность этих компаний. При этом успешность компании предопределяется не количеством поддерживающихся в ней позитивных ценностей, а глубиной их принятия.

Правила и нормы. С формальной точки зрения правила — это закрепленные в организации (письменно или устно) стандарты поведения и действий, которых придерживаются ее сотрудники в процессе деятельности и взаимодействия.

Структура и культура управления — включает в себя структурную взаимосвязь элементов и уровней управления, особенности управленческого взаимодействия руководителей различных уровней в организации, а также предпочитаемые стили руководства.

Система служебной коммуникации включает в себя специфичные для данной организации особенности использования деловой коммуникации.

Система поощрения и санкций в организации. Система поощрений и санкций в организации во многом задает внутренние критерии оценки эффективности и мотивации ее сотрудников, а также общую трудовую этику.

Изучение системы вознаграждений и наказаний позволяет определить критерии оценки эффективности людей в организации. При этом значение имеет и то, едины ли эти критерии для всех или различны на разных уровнях иерархии.

Выделяются две базовые задачи, в решении которых проявляется основное предназначение организационной культуры: обеспечение внутреннего единства и интеграции сотрудников и приспособление организации к условиям внешней социально-экономической среды.

Задача обеспечения внутреннего единства и интеграции сотрудников регулирует внутриорганизационные процессы и отношения между членами и подразделениями организации, отвечающие за эффективность ее деятельности.

Решение этой задачи осуществляется в процессе: установления коммуникативной системы обмена информацией и профессионального взаимодействия; формирования норм межличностного общения и взаимодействия, определения допустимого уровня открытости на работе; формирования формальных и неформальных групп, определения их границ, установления критериев вхождения и членства; установления образцов желательного и нежелательного поведения; распределения статусов в организации, установления правил по приобретению, поддержанию и утрате власти.

Задача приспособления организации к условиям внешней социально-экономической среды регулирует функционирование организации в условиях внешней конкуренции, имеющих социально-экономических и политических обстоятельств. Процесс внешней адаптации связан с нахождением организацией «своей ниши» на рынке, достижением организационных целей в постоянно меняющихся внешних условиях взаимодействия с государством, партнерами, конкурентами и потребителями.

В соответствии с направленностью решаемых задач функции организационной культуры разделяются на две группы: функции внутренней интеграции, обеспечивающие ее целостность и внутреннее единство членов организации, и функции внешней направленности, обеспечивающие приспособление организации к условиям внешней среды и выживания в ней.

К функциям внутренней интеграции относятся: интегрирующая, нормативно-регулирующая, управленческая, охранная, адаптивная, мотивирующая, коммуникативная, управления качеством, рекреативная.

Интегрирующая функция позволяет объединять членов организации за счет формирования ощущения принадлежности к общим ценностям и достижениям, их вовлеченности в дела организации и приверженности существующим в ней традициям.

Нормативно-регулирующая функция обеспечивает самоуправляемость организации и регламентирует внутренние нормы поведения.

Управленческая функция организационной культуры является развитием предыдущей и выражается в том, что она дополняет, а порой и заменяет некоторые функции управления персоналом.

Адаптивная функция решает две важные задачи: адаптация вновь принятых работников к условиям профессиональной деятельности и формирование их приверженности ценностям и нормам существующей культуры и нейтрализация у новичков образцов поведения, несовместимых с организационной культурой предприятия.

Охранная функция является развитием предыдущей и состоит в создании определенного барьера на пути проникновения нежелательных тенденций внешней среды внутрь организации.

Мотивирующая функция . Развитая организационная культура повышает уровень трудовой мотивации сотрудников. Человек, отождествляющий себя с организацией, работает с более высокой производительностью.

Коммуникативная функция . Развитая организационная культура позволяет упростить процессы коммуникации и уменьшить время на различные согласования.

Функция управления качеством. Организационная культура обеспечивает более внимательное и серьезное отношение к работе, что неизбежно сказывается на конечном результате.

Рекреативная функция заключается в том, что развитая организационная культура неразрывно связана с формированием благоприятного психологического климата в коллективах организации.

К функциям внешней направленности относятся: формирование имиджа организации, приспособление организации к внешним социально-психологическим условиям, регулирование партнерских отношений, регулирование отношений с потребителями.

Функция формирования имиджа. Имидж — это существующий в сознании людей образ организации, подчеркивающий ее индивидуальность и ценности и чем-то выделяющий ее из общего числа других подобных.

Функция приспособления организации к внешним социально-психологическим условиям обеспечивает интеграцию организации во внешние социальные структуры.

Функция регулирования партнерских отношений состоит в том, что организационные ценности ориентируют сотрудников организации на учет в своей деятельности целей, потребностей, запросов и интересов партнеров по бизнесу и

даже конкурентов.

Функция регулирования отношений с потребителями, регулирующая отношения сотрудников организации с клиентами.

В последние три десятилетия было предпринято множество попыток типологизировать различные организационные культуры с тем, чтобы классифицировать происходящие в организациях явления и предложить рекомендации руководителям и подчиненным.

Формирование в организации определенной культуры во многом связано со спецификой профессиональной деятельности ее сотрудников, отрасли, в которой функционирует организация, социальными, политическими и экономическими условиями ее существования, а также рядом других внутренних и внешних факторов.

Можно выделить три основных источника, оказывающих непосредственное влияние на формирование и изменение организационной культуры: убеждения, представления и ценности основателей организации; коллективный опыт, полученный членами организации в процессе ее развития; новые убеждения, представления и ценности, привнесенные извне новыми членами организации, в том числе новыми руководителями и неформальными лидерами.

В формировании и изменении организационной культуры особая роль принадлежит лидерам. Именно лидер выступает транслятором норм и ценностей, образцом поведения, координатором взаимодействия и контролером результатов. А если быть более точным, то именно тот, кто имеет влияние на организационную культуру и формирование ценностей в группе, кто является образцом поведения для других людей, тот и признается группой в качестве лидера.

Рост организации связан с привлечением новых членов, которые приносят с собой элементы других организационных культур. Иммунитет организации от подобных "инфекций" зависит от силы ее организационной культуры. Поэтому она более устойчива к подобным воздействиям. Однако сильная культура не только создает преимущества для организации, но может и выступать серьезным препятствием на пути проведения организационных изменений, если появляется такая необходимость.

В качестве методов поддержания организационной культуры отмечаются следующие:

- Декларирование менеджментом лозунгов включающих миссию, цели, правила и принципы организации, определяющих ее отношение к своим членам и обществу.
- Поддержание внешних символов включает требования к внешнему виду сотрудников, оформлению помещений, организацию системы поощрения и наказаний, открытость и прозрачность критериев, лежащие в основе кадровых решений.
- Ролевое моделирование, выражающееся в ежедневном поведении менеджеров, их отношении и общении с подчиненными.
- Ретрансляция легенд и мифов, поддержание обрядов и ритуалов. Многие верования и ценности, лежащие в основе культуры организации, выражаются как через легенды и мифы, становящиеся частью организационного фольклора, так и через различные ритуалы, обряды, традиции и церемонии, соблюдение которых влияет на самоопределение и лояльность работников своей организации. К обрядам относятся стандартные и повторяющиеся мероприятия коллектива.
- Участие руководства в организационных мероприятиях. То, на что руководитель обращает внимание и что он комментирует, очень важно для формирования организационной культуры.
- Поведение высшего руководства в кризисных ситуациях . Именно в кризисных ситуациях руководство и их подчиненные проявляют организационную культуру в такой степени, в которой они себе ее и не представляли.
- Кадровая политика организации. Кадровая политика, включающая принятие на работу, продвижение и увольнение работников, является одним из основных способов поддержания культуры в организации.

Таким образом, можно сделать следующие выводы: организационная культура подвержена изменениям на протяжении всей жизни организации, под воздействием как внешней среды, так и внутренней, и определяется как набор важных предположений, принимаемых членами компании, хотя носителями организационной культуры являются люди, она представляет собой некую самостоятельную сущность, и ее параметры не совпадают с индивидуальной культурой отдельных членов компании.

Источники:

<https://www.bestreferat.ru/referat-251181.html>

https://spravochnick.ru/menedzhment/organizacionnaya_kultura/ponyatie_i_struktura_organizac