



ВВЕДЕНИЕ

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. Все это, именуемое организационной культурой, является задачей, без решения которой нельзя добиться эффективной работы компании.

Данное эссе посвящено актуальной для современной организации теме - организационная культура. Вопрос организационной культуры в компаниях на сегодняшний день актуален и его актуальность будет расти по мере продвижения русских компаний на мировом рынке.

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

Несмотря на то, что в нашей стране термин «организационная культура» стал активно использоваться сравнительно недавно (в 1970–1980 гг.), в последние десятилетия к ее изучению привлечено внимание многих исследователей и практиков. Организационная культура так же, как и общественная, выполняет две важные социальные функции: 1) аккумуляция, хранение и передача образцов

человеческих отношений, поведения и опыта; 2) сплочение людей. Никакой коллектив, численность которого превышает несколько десятков человек, а тем более группы из тысяч людей, не может сплотиться и устойчиво функционировать лишь на основе взаимных симпатий ее членов.

В настоящее время исследованиями предлагаются различные определения организационной и корпоративной культур. При этом в одних случаях эти понятия представляются как синонимы, а в других — противопоставляются.

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. **Структура организационной культуры.**

В структуре организационной культуры выделяются три основных уровня: 1) внешний (поверхностный); 2) внутренний (подповерхностный); 3) глубинный.

1. Внешний (поверхностный) 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 (ритуалы, церемонии, взаимоотношения и т. Д.

2. Внутренний (подповерхностный) 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.

3. 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. Эти во многом неосознаваемые представления (часто принимаемые как естественные, само собой разумеющиеся) оказывают существенное влияние на общий характер организационной культуры. Человек может не осознавать нормы и традиции национальной культуры, в которой он живет, хотя и придерживается их. Но он сразу замечает их изменение, если оказывается в другой национальной культуре.

Задачи организационной культуры

Выделяются две базовые задачи, в решении которых проявляется основное предназначение организационной культуры:

- 1) обеспечение внутреннего единства и интеграции сотрудников;
- 2) 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.

Классический алгоритм решения этой задачи следующий:

- определение миссии организации, выбор стратегии исполнения этой миссии;
- установление специфических целей и задач организации, достижение их принятия работниками;
- определение и формирование средств и ресурсов, используемых для достижения поставленных целей, разработка адекватной организационной

структуры функционирования и управления, оптимизация системы стимулирования;

- разработка критериев оценки эффективности деятельности, индивидуальных и групповых результатов, создание информационной инфраструктуры;
- коррекция деятельности с использованием системы поощрения и наказания в соответствии с эффективностью выполнения поставленных задач.

Функции организационной культуры

В соответствии с направленностью решаемых задач функции организационной культуры разделяются на две группы:

- 1) функции внутренней интеграции, обеспечивающие ее целостность и внутреннее единство членов организации;
- 2) 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: а) адаптация вновь принятых работников к условиям профессиональной деятельности и формирование их приверженности ценностям и нормам существующей культуры; б) 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. Эта функция регулирует отношения сотрудников организации с клиентами, настраивая их на обоюдный учет интересов.

Типы организационных культур

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.

Типология Ч. Ханди

Американский социолог Чарльз Ханди (Charles Handy) предложил классификацию типов организационной культуры, основанную на анализе системы распределения власти, полномочий и ответственности. Им были определены четыре ведущие силы, оказывающие влияние в организации: 1) сила должностного положения; 2) сила распоряжения ресурсами; 3) сила обладания знаниями; 4) сила личности. В зависимости от того, какие силы оказывают преобладающее влияние в организации, формируется и развивается определенная организационная культура.

Заключение

Организация – живой дышащий организм. И как у любого живого существа у него есть лицо, имидж, философия, история и, нельзя забывать, что у него есть

культура.

Успех предприятия возникает в результате взаимодействия всех сотрудников, преследующих общие цели, которые должны быть реальны, пониматься каждым сотрудником и отражать основной характер предприятия.

Организационная культура 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. Организационная культура подвержена изменениям. Обычно, она изменяется постоянно, на протяжении всей жизни организации, под воздействием как внешней среды, так и внутренней.

Любое российское предприятие, стремящееся идти в ногу со временем, не может не иметь в качестве одного из таких ориентиров формирования эффективной организационной культуры, дающей каждому работнику возможность самоутвердиться, осознать значимость своей личности.

Список литературы

- Сайт википедия «организационная структура»
- Сайт StudFile «Структура организационной культуры»
<https://studfile.net/preview/5132743/>
- Мильнер Б. З. «Теория организации»