

Корпоративная культура

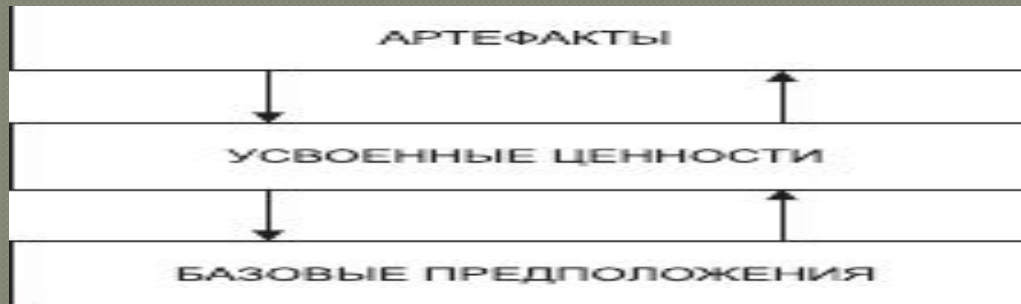
- Корпоративная, или, как часто говорят, организационная культура относится к факторам внутренней среды организации: это образ жизни, мышления, действия и существования. Речь может идти, например, о порядке принятия решений или о том, как поощряются или наказываются сотрудники организации.

Корпоративной культуре присущи:

- 1) **всеобщность** – пронизывает все виды отношений как внутри организации, так и при взаимоотношении с внешней средой;
- 2) **неформальность** – строится параллельно организационной структуре управления, иногда подменяя даже властные структуры;
- 3) **устойчивость** – базируется на традициях.

Уровни культуры

- Американский социолог Э. Шейн выделяет следующие уровни культуры



- На поверхности корпоративной культуры мы имеем дело с артефактами. Этот уровень включает все те явления, которые индивид чувствует, видит, слышит, сталкиваясь с незнакомой для себя культурой. Артефакты могут включать в себя видимые результаты деятельности группы: язык, манера общения, ритуалы, церемонии и т. п.

Факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры

- На формирование корпоративной культуры оказывают влияние:
 - миссия и цели организации;
 - стратегия развития;
 - характер и содержание труда;
 - квалификация, образование, общий уровень культуры работников;
 - личность руководителя, его представления, принципы, ценности, поведение.

Кроме того, на корпоративную культуру влияет внешнее окружение:

- конкретные политические и экономические условия;
- национальные особенности, традиции, культура;
- классовые, этнические, расовые различия;
- деловая среда.

-
- Специалист в области корпоративной культуры Э. Шайн считает, что ее формирование обусловлено влиянием **пяти первичных и пяти вторичных факторов**. К первичным факторам он относит следующие.

- 1. Точки концентрации внимания высшего руководства. Объект, о котором постоянно говорят, обсуждают руководители, постепенно превращается в предмет внимания большинства сотрудников организации и включается в число норм, на основе которых формируется поведение членов организации.
- 2. Реакция руководства на критические ситуации, возникающие в организации. От того, как руководители подходят к разрешению проблем и кризисных ситуаций, во многом зависит формирование системы ценностей организации.
- 3. Отношение к работе и стиль поведения руководителей. Руководители занимают особое положение в организации, на них обращено повышенное внимание сотрудников, следовательно стиль их поведения, отношение к работе приобретают характер эталона для поведения в организации.
- 4. Критерии оценки деятельности, учитываемые при поощрении сотрудников. Сотрудники организации осознают, за что они получают вознаграждение либо наказание, формируют для себя представление о системе приоритетов и ценностей.

Группа вторичных факторов:

- 1. Организационная структура управления. В зависимости от типа структуры распределения работ между подразделениями, отдельными сотрудниками, делегирования полномочий у работников формируется впечатление о доверии руководства.
- 2. Система передачи информации и информационные процедуры. В любой организации поведение сотрудников регламентируется различными процедурами и нормами. Их регулярность, повторяемость создают определенный климат в организации.

- **3.** Внешний и внутренний дизайн, оформление помещения, в котором располагается организация, способы размещения сотрудников создают определенное представление о ценностях и ориентирах данной организации.
- **4.** «Мифы» и истории о важнейших событиях и отдельных лицах, сыгравших ранее или играющих главную роль на определенном отрезке жизни организации.
- **5.** Формализованные положения о философии, смысле существования организации, сформулированные в виде принципов, кредо и должным образом доведенные до каждого члена организации, способствуют формированию корпоративной культуры, адекватной миссии организации.