

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА



Составитель: к.п.н. Кошевенко С.
В.

План лекции

1. Понятие, функции и элементы организационной культуры организации
2. Типы организационной культуры
3. Процесс формирования организационной культуры
4. Организационная культура СмолГУ



Первые работы, в которых упоминались понятия "организационная культура" или "культура фабрики", появились в начале 50-х годов XX века.

Организационная культура - это система общественно прогрессивных формальных и неформальных **правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения персонала** данной организационной структуры, **стиля руководства, показателей удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества и совместимости работников между собой и с организацией, перспектив развития.**

Организационная культура – это совокупность элементов культуры, выработанная в конкретной организации, трансформирующаяся под влиянием внешних и внутренних факторов, усваиваемая человеком как членом организации и влияющая на него, выступающая средством объединения членов одной организации и выделяющая организацию из корпоративной культуры определенной профессиональной группы.

корпоративная культура не Н.Л.



Существует три подхода к рассмотрению данного понятия:

**корпоративная культура > организационная культура;
организационная культура > корпоративная культура;
организационная культура = корпоративная культура.**

Функции организационной культуры

- **Охранная функция** (заключается в создании барьера, ограждающего организацию от нежелательных внешних воздействий, «табу», ограничивающие нормы)
- **Интегрирующая функция** (формирует чувство принадлежности к организации, гордости за нее)
- **Регулирующая функция** (поддерживает необходимые правила и нормы поведения членов организации, их взаимоотношений, контактов с внешним миром)
- **Адаптивная функция** (общие нормы поведения, ритуалы, обряды, участия в совместных мероприятиях)
- **Ориентирующая функция** (направляет деятельность организации и ее участников в необходимое русло)
- **Мотивационная функция** (создает необходимые стимулы)
- **Функция формирования имиджа организации** (создание образа в глазах окружающих)

Оргкультура в модели «7-С»



Десять содержательных характеристик (элементов) организационной культуры по Ф. Харрису и Р. Морану

- 1. Осознание себя и своего места в организации**
- 2. Коммуникационная система и язык общения**
- 3. Внешний вид, одежда и представление себя на работе**
- 4. Привычки и традиции, связанные с приемом и ассортиментом пищи**
- 5. Осознание времени, отношение к нему и его использование**
- 6. Взаимоотношения между людьми**
- 7. Ценности и нормы**
- 8. Мировоззрение**
- 9. Развитие и самореализация работника**
- 10. Трудовая этика и мотивирование**

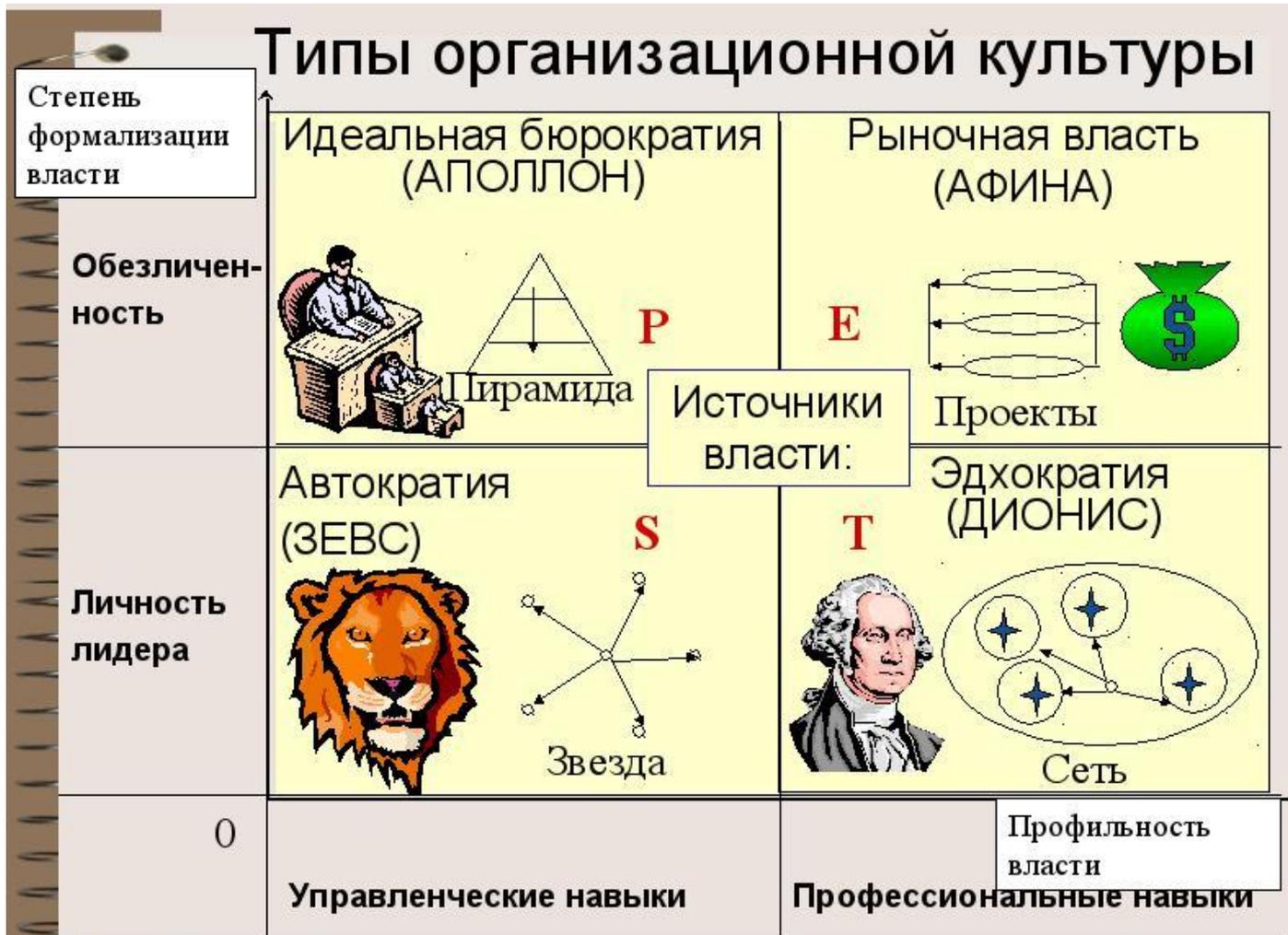
1. Понятие, функции и элементы организационной культуры



Уровни организационной культуры



Типология организационных культур К. Камерона и Р. Куинна



Клановая культура

Такой тип культуры характеризует организацию семейного типа:

- высокая сплоченность;
- приверженность сотрудников единым ценностям;
- забота о работниках и внимание к индивидуальности.

Такая организация воспринимается как «мы».

Для клановой культуры характерно:

- поощрение групповой, проектной, бригадной работы;
- доверие и предоставление относительной автономности командам.

Клановый коллектив сплочен и дружен, руководители воспринимаются как воспитатели или даже родители, компания делает ставку на долгосрочное развитие личности, и успех в ней определяется как забота и хорошее отношение к потребителям.



Адхократическая культура (от лат. ad hoc — «по случаю»)

Организации с такой культурой условиями успеха видят:

- новаторство;
- обладание знанием;
- опережающие время решения.

Адхократическая культура стремится к предвидению будущего, из её названия следует, что она определяется авторами как динамичная, временная, специализированная организационная единица.



Её **главная цель** заключается в адаптации к среде, быстром приспособлении в условиях неопределенности, решении все новых задач.

Адхократические компании поощряют инициативу и свободу работников, что согласуется с их важнейшим стремлением всегда быть на переднем рубеже.

Компания с такой культурой — это динамичное предпринимательское и творческое место работы.

Иерархическая культура

Главная цель компании с такой культурой — обеспечение рентабельного, надежного, плавно текущего и единообразного функционирования.

Она эффективна в условиях стабильного окружения, что позволяет ей жить по установленным правилам и процедурам, используя заранее отлаженные механизмы деятельности.

Такой тип культуры можно также называть бюрократическим, так как действиями людей управляют процедуры.

Лидеры ценятся как талантливые рационализаторы и организаторы, интегрирующую функцию выполняет строго сформулированная официальная политика организации.

Работникам предоставляется гарантия долгосрочной занятости, а условием продвижения по службе является следование правилам.



Рыночная культура

Главный фокус сосредоточен на работе с клиентами, а критериями успеха являются прибыль, достижение конкурентоспособности.

Путь к достижению продуктивности в такой организации — это четко поставленная цель и агрессивная стратегия.

Таким образом, превалирует:

- стремление к достижению результата;
- лидеры расцениваются как суровые конкуренты и твердые руководители;
- присутствует соперничество сотрудников между собой.

Стремление к победе в конкурентной борьбе — главная ценность компании с рыночным типом культуры



ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГКУЛЬТУРЫ

1. **Выработка миссии организации, определение стратегии, основных целей организации и ценностей (приоритетов, принципов, подходов, норм и желательных образцов поведения)**
2. **Изучение сложившейся организационной культуры (определение степени соответствия сложившейся организационной культуры выбранной руководством стратегии развития организации; выявление позитивных и негативных ценностей)**
3. **Разработка организационных мероприятий, направленных на формирование, развитие или закрепление желательных ценностей и образцов поведения**
4. **Целенаправленные воздействия на организационную культуру с целью изжить негативные ценности и развить установки, способствующие реализации разработанной стратегии**
5. **Оценка успешности воздействий на организационную культуру и внесение**

Факторы, влияющие на формирование организационной культуры

Миссия и цели

Стратегия

Характер и
содержание
труда

Квалификация,
образование
работников

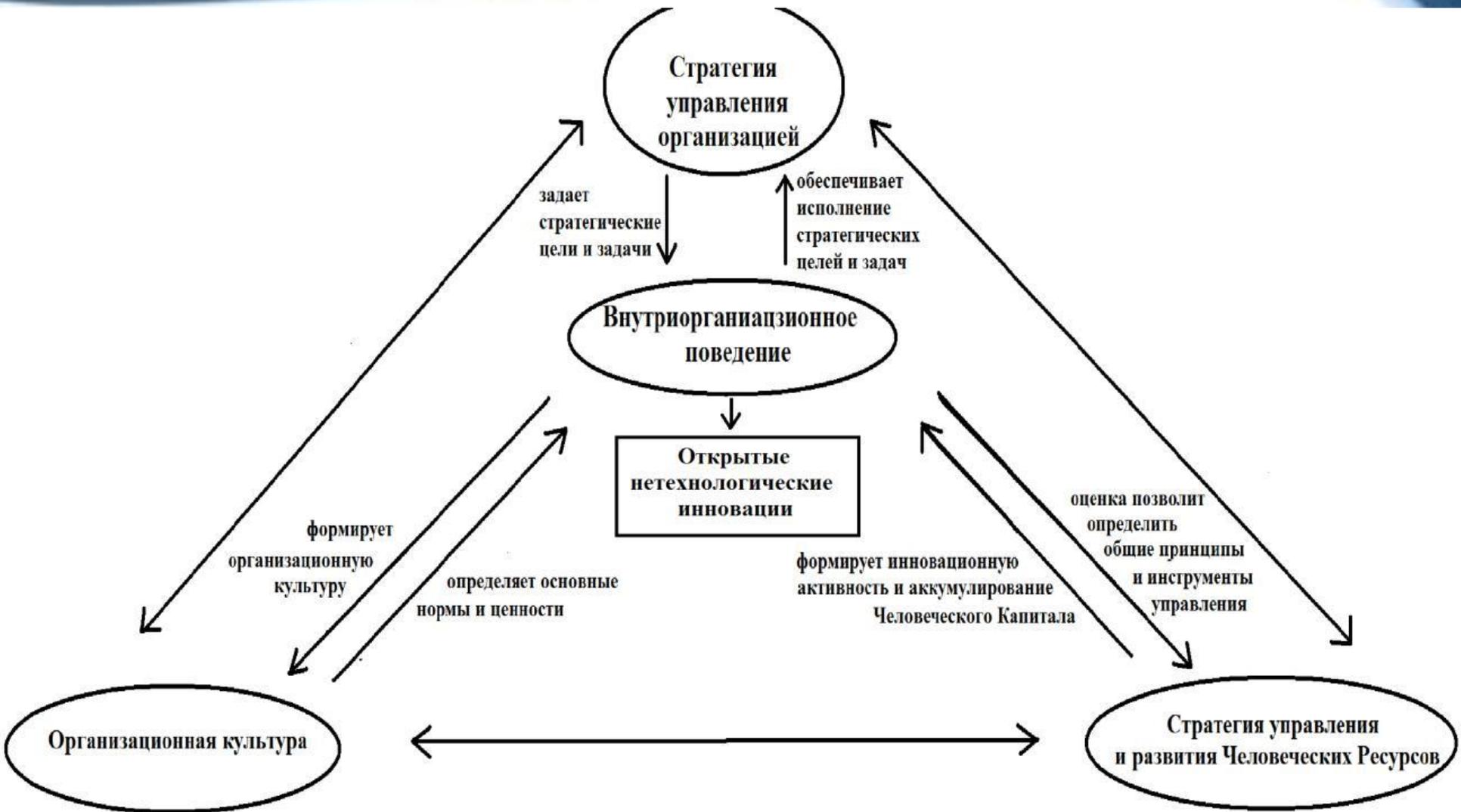
Личность
руководителя,
его поведение
и ценности

Социально-
экономические
условия
хозяйствования

Деловая среда

Национальные
особенности

3. Процесс формирования организационной культуры





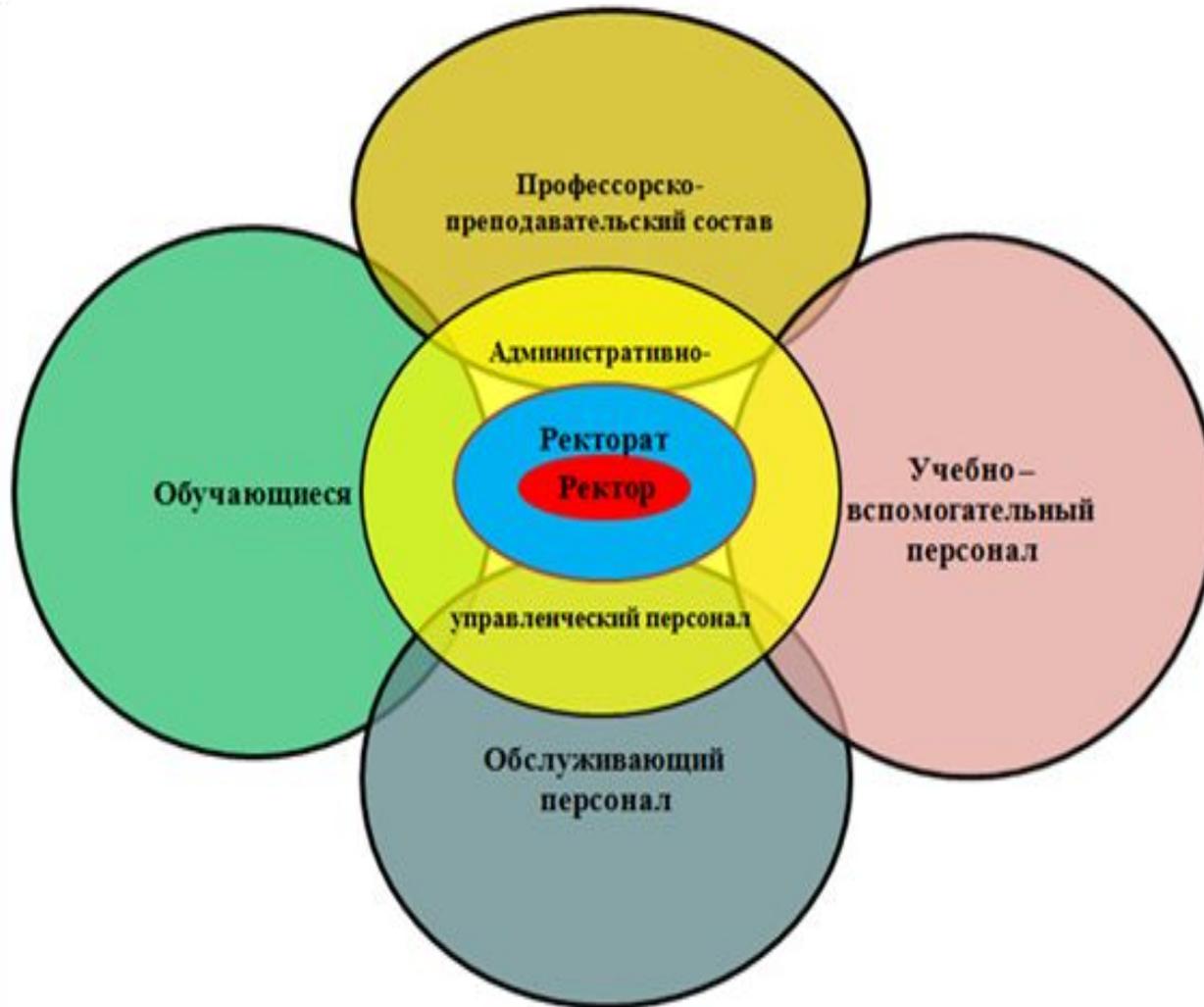
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СМОЛЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



СМОЛЕНСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ



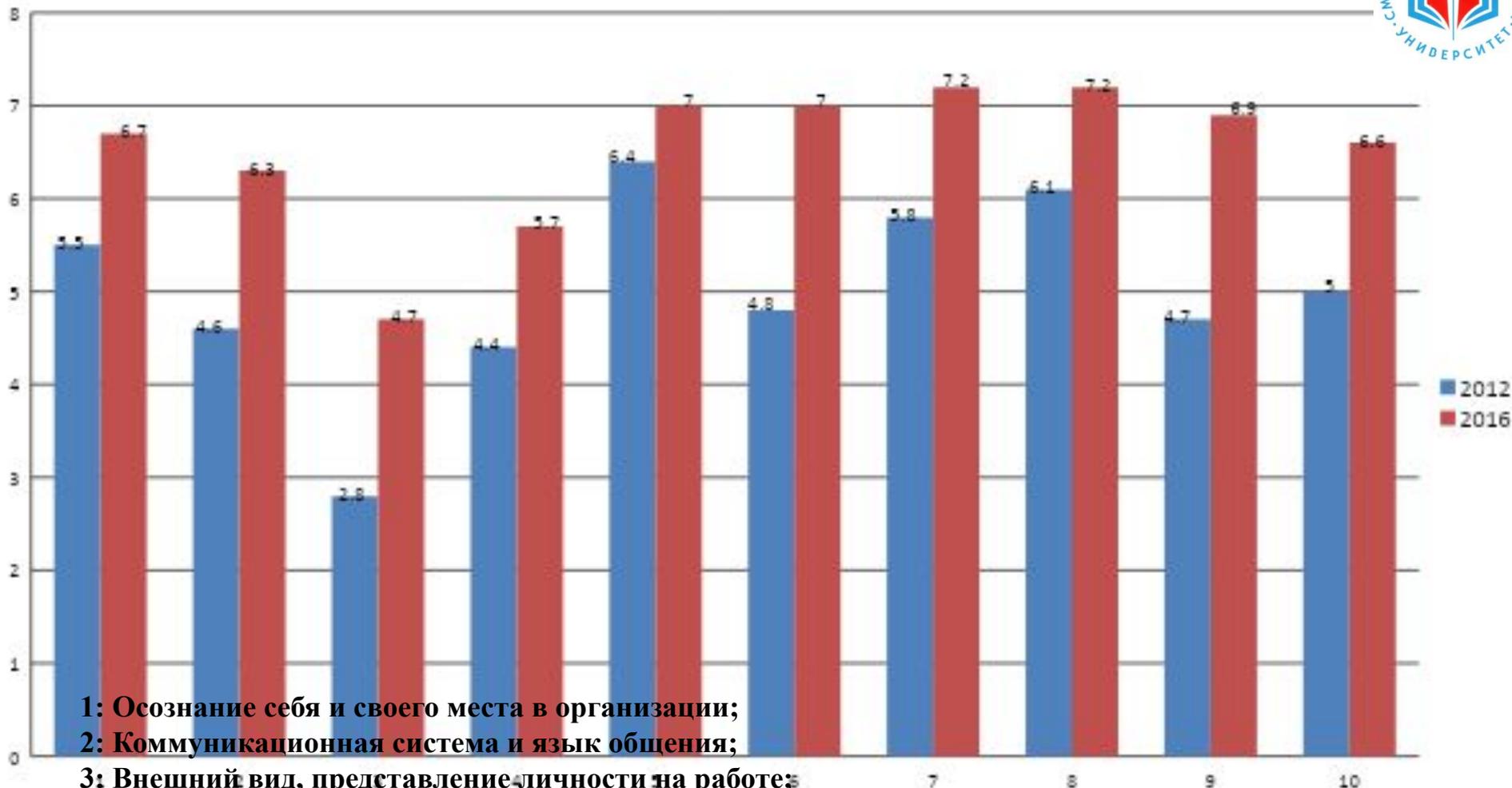
ЗОНЫ СУБКУЛЬТУРЫ



Этапы анализа оценки организационной культуры СмолГУ

1. Составление плана выборки;
2. Использование универсальной диагностики организационной культуры ОСАИ К. Камерона и Р. Куинна;
3. Детализация элементов организационной культуры вуза;
4. Обработка, анализ и систематизация полученных результатов;
5. Разработка рекомендаций по совершенствованию организационной культуры образовательного учреждения.

Показатели уровня проявления элементов организационной культуры СмолГУ (на основе опроса студентов)



1: Осознание себя и своего места в организации;

2: Коммуникационная система и язык общения;

3: Внешний вид, представление личности на работе;

4: Привычки и традиции в области питания;

5: Осознание фактора времени;

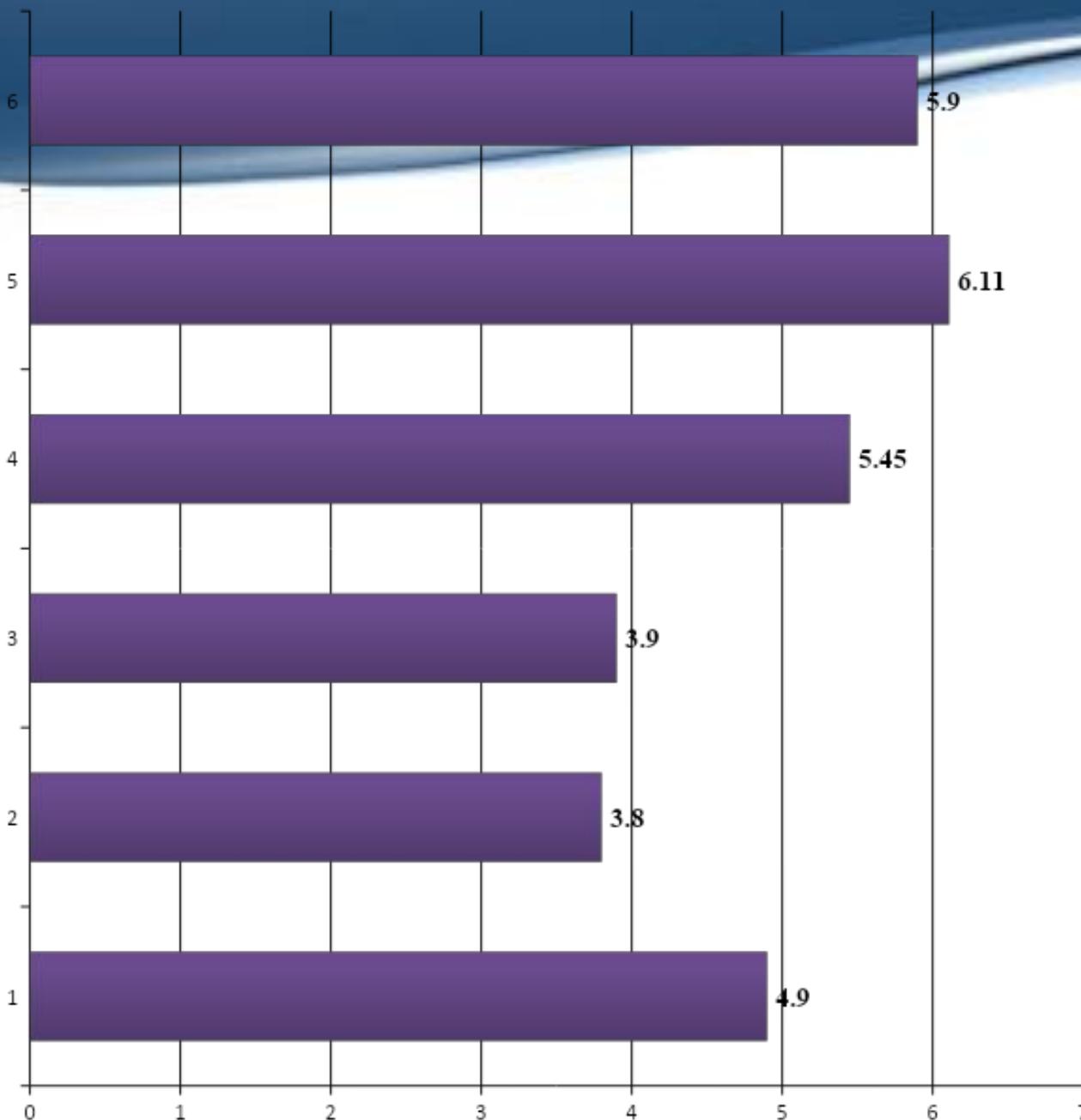
6: Взаимоотношения между людьми;

7: Ценности и нормы;

8: Вера, расположение;

9: Процесс развития и обучения студентов;

10: Трудовая этика и мотивация



**1: Осознание себя и
своего места в
организации;**

**2: Коммуникационная
система и язык
общения;**

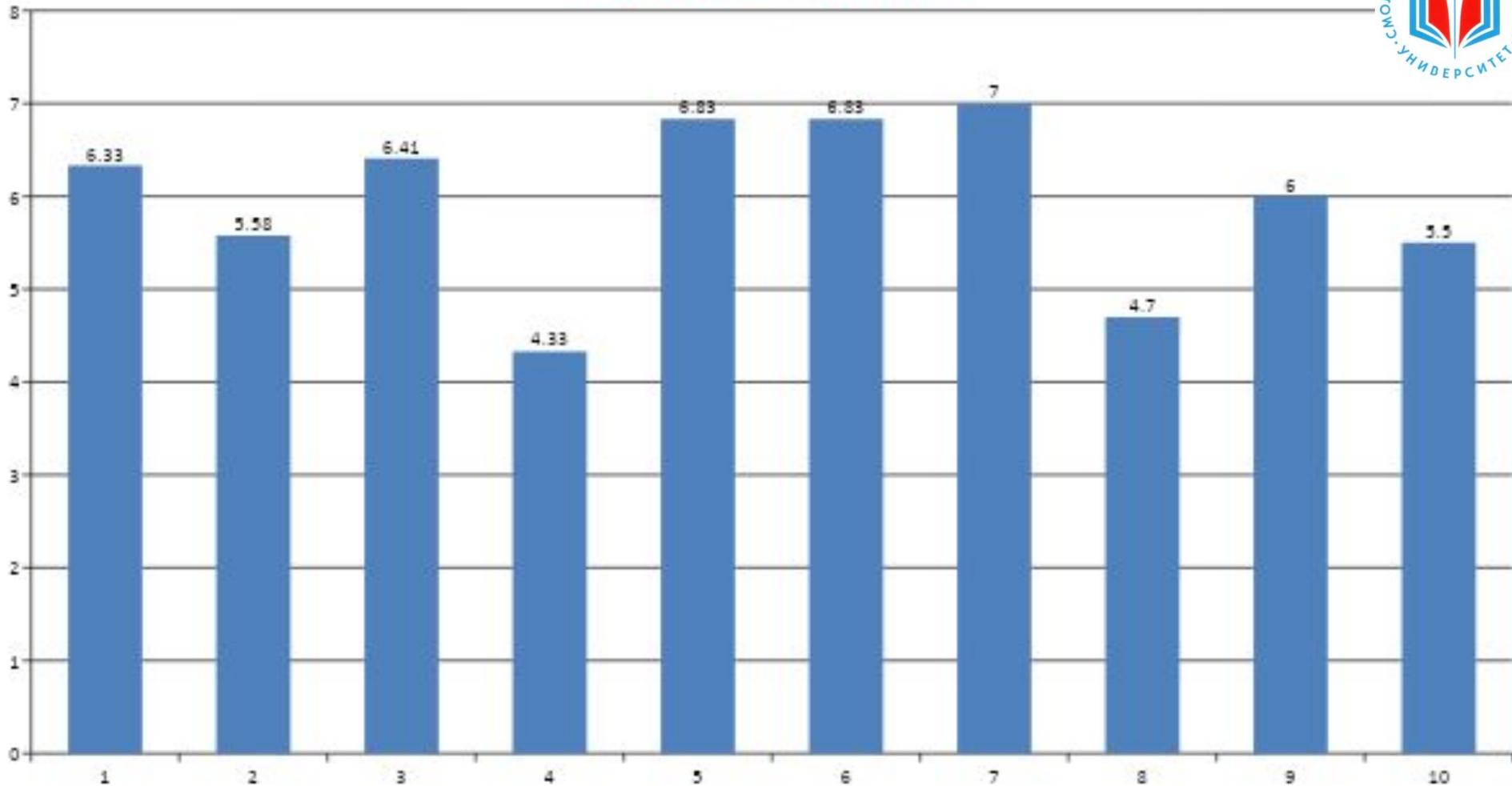
**3: Внешний вид,
представление личности
на работе;**

4: Ценности и нормы;

5: Вера, расположение;

**6: Трудовая этика и
мотивация.**

Степень удовлетворенности сотрудников
по результатам опроса 2016 года



3: Оценкой собственной работы

4: Системой оплаты труда

5: Условиями работы

6: Атмосферой (климатом) сложившейся в вузе

7: Организацией работы

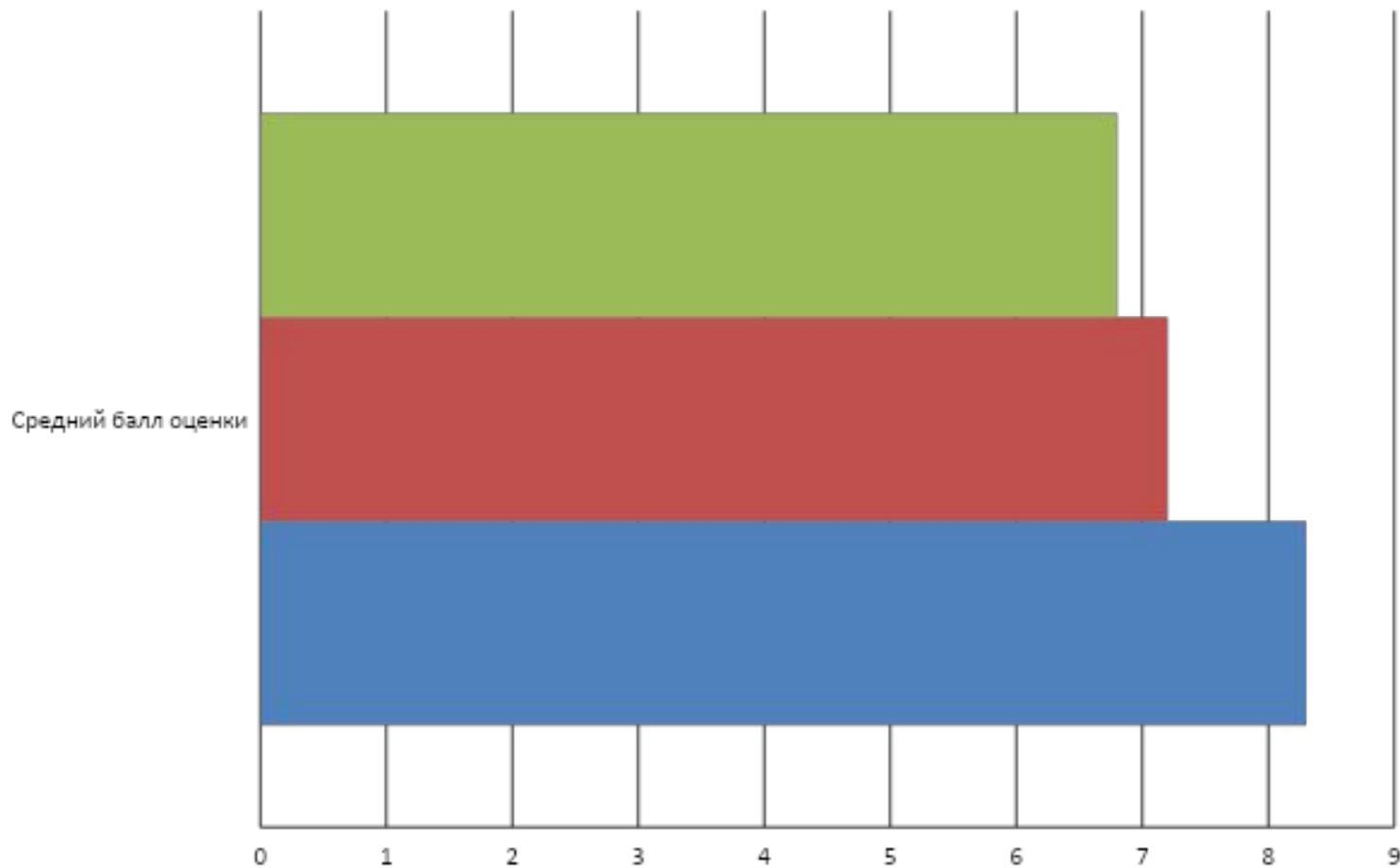
8: Содержанием работы

9: Возникшим конфликтом в коллективе

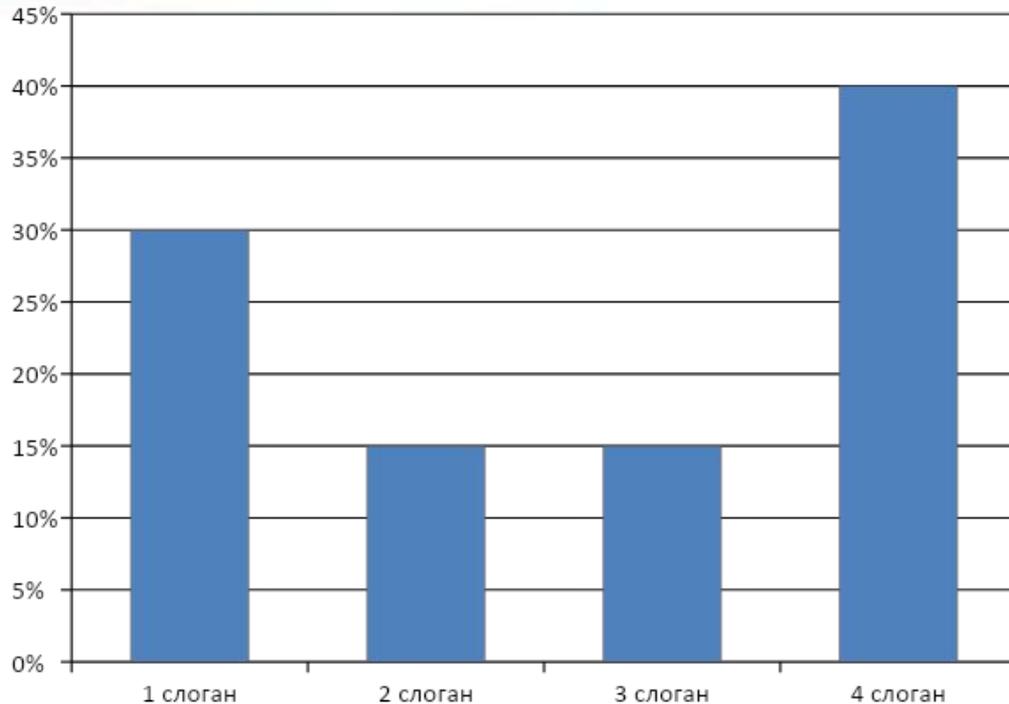
4. Организационная культура СмолГУ



Средний балл оценки имиджа СмолГУ



РАЗРАБОТКА СЛОГАНА



1: «СмолГУ: учиться, уметь, действовать, побеждать!»;

2: «СмолГУ – опережая время»;

3: «СмолГУ – это классно, СмолГУ – это круто, к нам поступай, не робей ни минуты!»;

4: «СмолГУ – много знаний, океан возможностей».

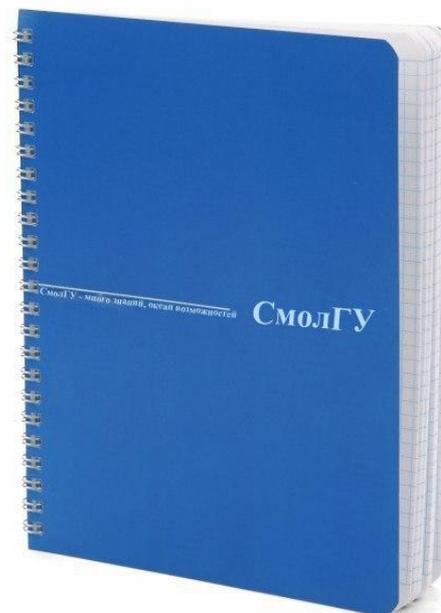
4. Организационная культура СмолГУ



4. Организационная культура СмолГУ



4. Организационная культура СмолГУ



4. Организационная культура СмолГУ



**Значо
к**



4. Организационная культура СмолГУ



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**