



СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ. ПСИХОЛОГИЯ

Корпоративная культура как часть организационной культуры

Кафедра
«Прикладная психология»

Н.Б. Казначеева, М.В.
Карагачева



ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ



POLITECNICA



Uniwersytet
Ekonomiczny
w Katowicach



NAZARBAYEV N.A.
«COURSE TOWARDS
THE FUTURE: MODERNIZATION
OF KAZAKHSTAN'S IDENTITY»



Erasmus+

Программа подготовки магистров "Высокоскоростной железнодорожный транспорт. Инфраструктура, экономика, экология"
Master Program "Economics, Ecology and Infrastructure at High-Speed Railways" (EEIHSR)



Культура - совокупность коллективно разделяемых ценностей, убеждений, эталонов поведения индивида, группы, общества в целом.

Корпоративная и организационная культуры – самостоятельные феномены, имеющие пересечение в своих элементах.

Организационная культура – это интегральная характеристика организации (ее ценностей, образов поведения, способов оценки результатов деятельности), данная в языке определенной типологии, целостное представление о целях и ценностях, присущих организации, специфических принципах поведения и способов реагирования.

Корпоративная культура – это сложный комплекс предположений, бездоказательно принимаемых всеми членами конкретной организации, и задающий общие рамки поведения, принимаемые большей частью организации. Проявляется в философии и идеологии управления, ценностных ориентациях, верованиях, ожиданиях, нормах поведения.



Формирование организационной культуры:

Организационная культура формируется в процессе совместного преодоления людьми, работающими в данной организации, трудностей *внешней адаптации и внутренней интеграции*.

К трудностям внешней адаптации относится все, что связано с выживанием организации во внешнем окружении:

- определение своей рыночной ниши,
- установление контактов с партнерами и потребителями,
- выстраивание отношений с властями,
- борьба в соревновании с конкурентами и т. д.

Внутренняя интеграция — это процесс становления коллектива, включающий в себя:

- распределение власти,
- делегирование полномочий и ответственности,
- преодоление конфликтов,
- выработку стилей деятельности, поведения, коммуникации и др.

Компоненты, характеризующие ту или иную организационную культуру:

- осознание себя и своего места в организации;
- коммуникационная система и язык общения;
- внешний вид, одежда и представление себя на рабочем месте;
- осознание времени, отношение к нему и его использование;
- взаимоотношения между людьми;
- ценности;
- вера во что-то и расположение к чему-то;
- процесс развития работников и научение;
- трудовая этика и мотивирование.

Описание основных типов организационной культуры

Показатели Организационной культуры	Патриархальная	Предпринимательская	Бюрократическая	Партиципативная
Тип совместной деятельности (Л. И. Уманский)	совместно-взаимодействующий	совместно-индивидуальный	совместно-последовательный	совместно-творческий
Ценности	коллективные ценности	индивидуальные ценности	ценности диктуются технологией и специализацией	ценности профессионального роста
Тип личности	«послушный»	«пассионарный»	«технологически дисциплинированный»	«профессионал»
Форма собственности	общинная	частная	Государственная	Кооперативная
Механизм распределения	очередь	аукцион	Рационирование	по вкладу
Впервые появляющаяся управленческая роль	руководитель	администратор	организатор	управленец
Механизм управления	сценирование	планирование	Оргпроектирование	программирование
Оценка результата	ритуал, традиция	прибыль	мнение руководителя	достижение цели



Различия организационной и корпоративной культуры

Признак	Организационная культура	Корпоративная культура
1. Природа возникновения, обусловленность	Условиями внешней среды, в т.ч. национальной культурой	Внутренними целями организации, заданными конкретными людьми
2. Механизм трансляции	Традиции, передача новичкам успешных моделей «старожилами»	Заданные/предъявленные требования от администрации
3. Механизм подкрепления	Успешность моделей поведения во внешней среде	Символьная поддержка; поощрения и санкции
4. Содержание	Система ценностей персонала	Система управляющих принципов
5. Институционализация	Базовые представления персонала	Миссия, кодекс корпоративной этики
6. Уровень ценностного давления	Низкий	Высокий



Компонентами корпоративной культуры являются:

- принятая система лидерства;
- стили разрешения конфликтов;
- действующая система коммуникации;
- положение индивида в организации;
- особенности гендерных и межнациональных взаимоотношений;
- принятая символика: лозунги, организационные табу, ритуалы.

Функции корпоративной культуры:

- развитие чувства общности всех членов организации;
- формирование определенного имиджа организации, отличающего ее от ряда других организаций;
- усиление вовлеченности сотрудников в работу организации;
- создание форм поведения и восприятия, целесообразных с точки зрения конкретной организации;
- обеспечение социальной стабильности в организации, сплочивание людей.

Элементы корпоративной культуры:

- 1) корпоративные издания (журнал, газета, бюллетень);
- 2) наставничество;
- 3) внутрифирменное обучение;
- 4) наличие праздничных и знаменательных дат компании;
- 5) встречи руководства компании с коллективом, в том числе с рядовыми сотрудниками;
- 6) корпоративные праздники и вечеринки.

Наиболее значимые характеристики корпоративной культуры:

- осознание работником своего места в компании (группе);
- тип совместной деятельности;
- нормы поведения;
- тип управления;
- культура общения;
- система коммуникаций;
- деловой этикет;
- традиции компании;
- особенности трактовки полномочий и ответственности;
- трудовая этика.

