



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,
- обеды 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.

