



# Организационная культура

**Выполнили:**

Студентки группы СМ1 – 71Б

Еналиева Юлия и Ноздринова Виктория


# Организационная культура



- Это система общепринятых в организации представлений и подходов к постановке дела, к формам отношений и к достижению результатов деятельности, которые отличают данную организацию от всех других.



- На практике организационная культура представляет собой набор традиций, ценностей, символов, общих подходов, мировоззрения членов организации, выдержавших испытание временем. Это в своем роде выражение индивидуальности данной компании, проявление ее отличий от других.



**Филипп Харрис и Роберт Моран предлагают рассматривать организационную культуру на основе десяти характеристик наиболее ценящихся в организации:**

- 1. Осознание себя и своего места в организации
- 2. Коммуникационная система и язык общения
- 3. Внешний вид, одежда и представление себя на работе
- 4. Что и как едят люди, привычки и традиции в этой области
- 5. Осознание времени, отношение к нему и его использование
- 6. Взаимоотношения между людьми
- 7. Ценности и нормы
- 8. Вера во что-то и отношение или расположение к чему – то
- 9. Процесс развития работника и обучение
- 10. Трудовая этика и мотивирование



# Элементы организационной культуры

- Когда речь заходит об организационной культуре, нередко ее воспринимают в более узком смысле, как фирменный стиль. Он состоит из логотипа, слогана (девиза), отношения к покупателю и поставщику. Последнее выражается в отсутствии задержки платежей, срыва поставок, уступке клиенту.
- Организационная культура должна быть согласована со стратегией компании.

Классические логотипы:



Газпром. Мечты сбываются. У нас.



# Традиции и обычаи

- Компания Google — работа мечты для многих. Корпоративная культура бизнес-гиганта впечатляет. Чего только нет в офисе Гугла для комфортной работы команды: спортплощадки, развлекательные комнаты, услуги массажа, а в кафетерии с органической едой вообще можно заблудиться!
- Неудивительно, что в такой компании достаточно необычные традиции и правила, которые точно нравятся сотрудникам. Вот несколько из них:
  - одеваться в символику Чемпионата мира по футболу и украшать весь офис его атрибутами. Болельщиков в Google работает много, их радости в такие дни нет предела;
  - компания регулярно проводит ораторские выступления от известных людей. Таким образом сотрудники могут развиваться в разных направлениях. Ораторами уже были Райан Рейнольдс, Леди Гага и другие знаменитости и научные деятели;
  - Google активно поддерживает благотворительность, а потому традиционным является день Google Serve, когда рабочие могут пожертвовать средства в акции помощи людям, или принять участие в проектах по защите окружающей среды.




А вот еще несколько правил, которых должен придерживаться каждый специалист корпорации:

- не критиковать продукты других компании, будь то Apple, Microsoft, или Linux. Хотя бы один из разработчиков продукта работает в Google. Да и профессионалы не критикуют, а советуют и помогают;
- компания никогда не ограничивает свободу в выборе одежды своих сотрудников: хочешь носить шорты и топ — твое право. Однако все же существует одно единственное правило: «сотрудник должен быть одетым ... хотя бы во что-то». Носки тоже одежда, правда? =)





# Ценности

- Если подробнее взглянуть на истории крупных компаний, то станет заметно, насколько корпоративные ценности помогли им в развитии и популяризации своих товаров и услуг. Кто-то старался сразу прививать их всем членам команды, другие постепенно приходили к своим принципам, руководствуясь собственным опытом и ошибками. Есть несколько примеров, которые лучше всего подчеркивают точки пересечения между философией компании и ее позиционированием на рынке:
- 



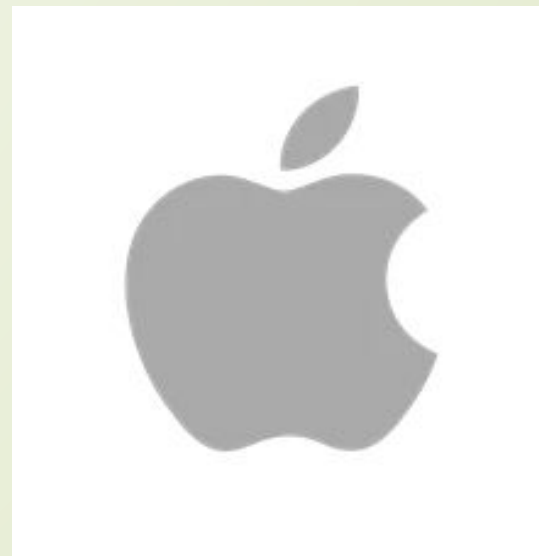
## □ Google

- Никто не позаботится о вас, кроме вас самих
- Всегда придумывайте что-то новое
- Всякий лидер должен инвестировать
- Данные очень важны для компании



## □ Apple

- Наши изделия изменяют жизнь и труд людей
- Мы не идем на компромисс с этикой ради прибыли
- Мы рассчитываем на увлеченность и достижения каждого
- Вознаграждения должны быть моральными и денежными одновременно
- Работники должны иметь основания доверять мотивам и честности начальников



## □ Coca-Cola

- Совершенство во всем, что мы делаем
- Обучение и развитие
- Мы одна команда
- Наши клиенты – в центре всего, что мы делаем



*Coca-Cola*

## □ McDonalds

- Ставим посетителей и их впечатления от посещения наших ресторанов во главу угла всей нашей работы
- Ценим своих людей
- Верим в систему Макдоналдс
- Работаем, соблюдая этику бизнеса
- Участвуем в жизни общества
- Развиваем прибыльный бизнес
- Стремимся к постоянным улучшениям



# Стили руководства

- авторитарный

- демократический

□ Например, для государственных учреждений, компаний, основанных и контролируемых полностью одним лицом (собственником), характерен более авторитарный стиль, для которого присущи низкое делегирование полномочий, единоличие и диктат в принятии решений. Как раз таким стилем руководства обладал Генри Форд, который основал свою автомобильную компанию в начале прошлого века (1903). Напротив, Альфред Слоан, управляющий General Motors, был назначен на эту должность не в самые легкие времена для компании, когда на автомобильном рынке монополистом был Форд. Благодаря своей гибкости и демократизации управления, Слоан вывел General Motors в лидеры автомобильного рынка США к концу 20-х гг.





# Символика

- Через нее осуществляется передача ценностей компании широкому кругу лиц. Сюда относятся фирменный стиль, логотип, торговый знак, слоган (девиз), цветовое решение в рекламе.

## Apple

С идеей придерживаться простого дизайна логотипа пришел символ яблока с укусом. Это произошло после предыдущих планов использования иллюстрации Исаака Ньютона. Их знаменитые логотипы означают распространение знаний, получая их от использования компьютеров. Кроме того, концепция просветления человечества видна в истории Адама и Евы.



Знаменитые логотипы **Google** уникальны.

Он использует итерации цвета и сохраняет все основные цвета. Буква «L», символизирующая «лидера», отличается и уникальна относительно основных цветов. Google - единственный бренд, который постоянно меняет логотип. Этот атрибут делает его уникальным, а стоимость бренда хорошо отображается в изменяющихся логотипах.

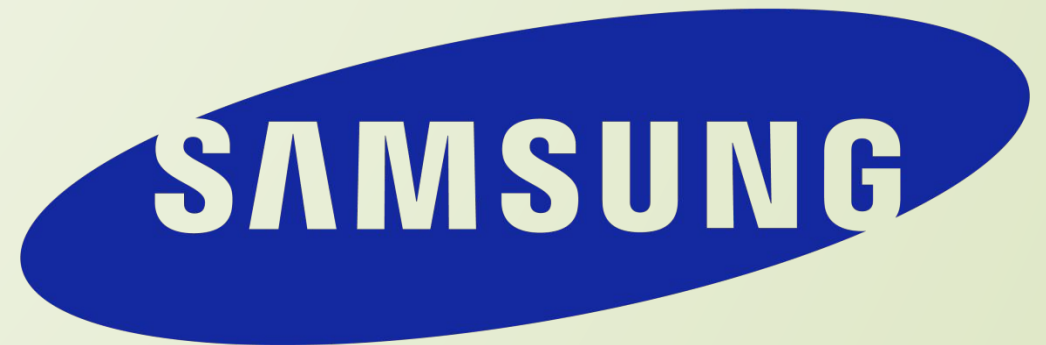
The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, blue, green, red) on a white rectangular background. A red arrow-shaped graphic is positioned above the logo on the left side of the slide.

□ **Слоган Samsung: «Выходи за рамки возможного»**

- Данный слоган говорит о новых технологиях, которые позволяют каждому человеку делать то, что раньше казалось фантастикой. Лозунг **Samsung** для первого сгибающегося смартфона имеет вид фразы: «**Будущее уже здесь**». Эта компания любит использовать тему будущего в своей рекламной компании.

□ **Слоган Google: «Не делай зло»**

- Основатели компании объясняют его как такой, что пропагандируют отсутствие конфликтов интересов, и требует объективности.



# Деловой этикет

## □ Компания Adidas:

- Каждому сотруднику бесплатно выдается фирменная одежда Adidas.
- Специфика организационной культуры здесь проявляется в отсутствии рамок между должностями в общении. То есть, менеджеры магазинов, прочие управляющие персонал общаются с коллегами по работе исключительно на «ты».
- Каждый день проводится «пятиминутка», на которой администратором освещаются основные организационные вопросы, цели и задачи, а также «прочая информация».

- Многие компании обязывают придерживаться сотрудников определенного стиля одежды. График работы, а также его соблюдение индивидуальны для каждой организации. Вас могут уволить при опоздании на 5 минут из Макдоналдса, но даже не вынести замечания, если вы сотрудник компании системного интегратора.







# Виды организационной культуры

- **1. Бюрократическая культура.** Ключевыми ценностями успеха являются четкие линии распределения полномочий по принятию решений, стандартизированные правила и процедуры, механизмы контроля и учета.
- **2. Рыночная культура.** Ее внимание фокусируется на операциях с внешними клиентами. Стержневыми целями, которые доминируют в компаниях рыночного типа, являются конкурентоспособность и продуктивность. Лидеры являются суровыми хозяевами и конкурентами.
- **3. Клановая культура.** Организация семейного типа. Фирмы кланового типа проникнуты разделяемыми всеми ценностями и целями, сплоченностью, соучастием, индивидуальностью и ощущением организации как «мы».
- **4. Адхократическая культура.** Главная цель адхократии- ускорять адаптивность, обеспечивать гибкость и творческий подход к работе в ситуациях, для которых типична неопределенность, двусмысленность и/или перегрузка информации.

# Бюрократическая культура



- К такому типу относятся **McDonalds** или **Ford**. Главная задача менеджеров этих компаний — сокращать расходы, увеличивать доходы и поддерживать стабильную работу компании. Главная ценность — дисциплина и стабильность. Свод правил, которые изучает каждый работник ресторана быстрого питания «McDonalds», составляет более 350 страниц и охватывает все стороны жизни корпорации, включая выбор одежды.



# Рыночная культура

- Пример такой компании — «General Electric», американская многоотраслевая корпорация. Главный управляющий Джек Уилч продал более трехсот направлений бизнеса только потому, что они перестали быть первыми или вторыми на рынке.



GE imagination at work





# Клановая культура

- Пример организации кланового типа в Соединенных Штатах — «People Express Airlines». Все сотрудники владели акциями компании и имели пожизненную гарантию занятости. Сотрудники работали в группах по 3-4 человека, которые образовывались на добровольной основе. В нашей стране к клановой организации можно отнести фермерские хозяйства, небольшие частные фирмы.

**PEOPLE**Express™






# Адхократическая культура

- Пример подобной организации — агентство NASA, американское национальное управление по аэронавтике и исследованию космического пространства. В течение первых восьми лет его существования структура этого центра даже не рисовалась, настолько быстро она менялась.





# Заключение

- Организационная культура оказывает большое влияние на людей и организационные процессы. Она заставляет людей думать, действовать, поступать так, как она того требует. Организационная культура есть всегда, она состоит явных и неявных правил, норм и ценностей, которые обычно соответствуют стратегии и миссии фирмы. Эти принципы формируются самостоятельно вместе с развитием компании, однако на них можно влиять, изменять и направлять в нужное русло. Организационная культура повышает продуктивность сотрудников, улучшает коммуникацию внутри фирмы и создает имидж компании и повышает лояльность клиента.
- 





**Спасибо за внимание!**