



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:

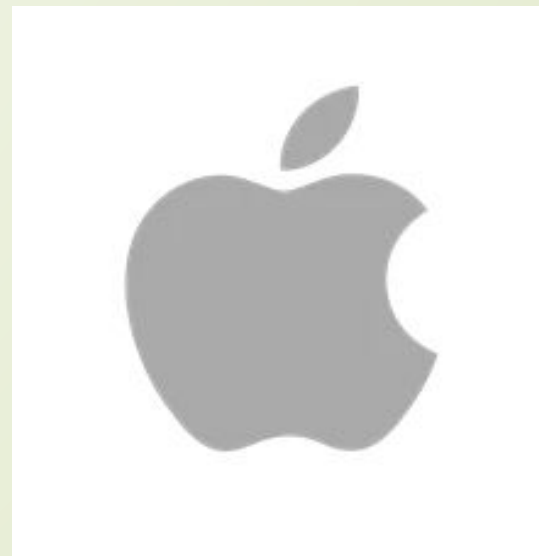
□ Google

- 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



□ 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.

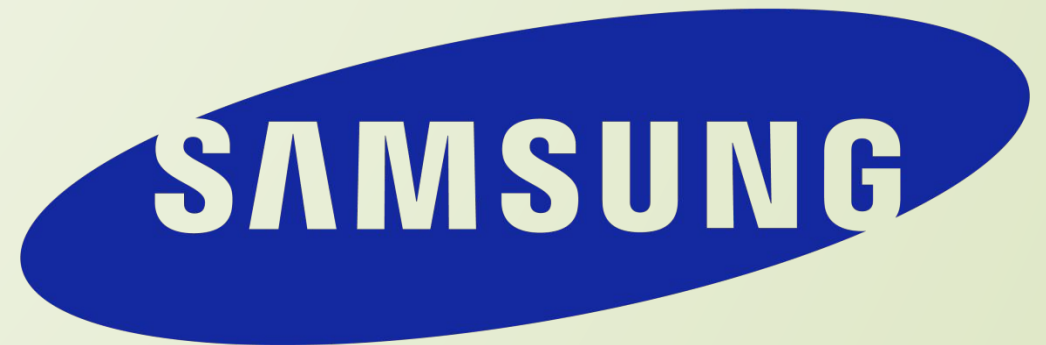
The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, blue, green, red) on a white rectangular background. A red arrow-shaped graphic is positioned above the logo on the left side of the slide.

□ **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.

PEOPLEExpress™




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!