

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА - система ценностей и норм, которые разделяются сотрудниками социальной организации (см.) и определяют их организационное поведение (см.). По мнению социального психолога К. Левина (см.), поведение индивида (П) представляет собой функцию взаимодействия его личностных характеристик (X) и условий окружающей среды (С), т. е. $P = f(X, C)$. Важнейшей подсистемой внешней для работника среды является организационная культура, в которой он осуществляет свою профессиональную деятельность и которая "подает" ему множество сигналов о возможных (приемлемых) моделях поведения.

Значение О.К. определяется тем, что она придает сотрудникам организационную идентичность, формирует у них "корпоративный дух", обеспечивая тем самым стабильность и преемственность развития компании. Будучи динамическим системным явлением, О.К. влияет практически на все происходящие в организации события. О.К. может либо целенаправленно создаваться ее ведущими членами (менеджерами), либо возникать естественным образом как проекция социальной (национальной) культуры на сферу трудовых отношений в отдельной организации. Исследования данного феномена показывают, что в современных экономических условиях целенаправленное формирование О.К. выступает мощным фактором повышения конкурентоспособности компании.

Так, например, Дж. Коллинз и Дж.

Поррас изучили показатели деятельности 18 ведущих американских компаний различных отраслей промышленности в долгосрочном периоде, которые последовательно внедряли организационные культуры, направленные на формирование убеждения сотрудников, что они работают в "особом месте". Основными компонентами О.К. этих компаний явились: тактическая гибкость при сохранении основных идеологических принципов; стимулирование развития сотрудников путем постановки творческих задач; поощрение экспериментов; конвертация ценностей культуры в цели, стратегию и практику организации; "воспитание" собственных управленческих кадров. Сравнение показателей деятельности компаний, обладающих подобной культурой, с компаниями, не уделявшими специального внимания формированию О.К., показало, что первые добились значительно больших успехов в долгосрочном периоде и укрепили свое положение на рынке. Каждая социальная организация уникальна и неповторима, поэтому не существует "идеального", подходящего для всех типа О.К. Ее содержание и характеристики определяются целями и сферой деятельности организации, особенностями конкурентной борьбы в этой сфере и другими факторами внешней среды.

Основные параметры О.К. варьируют в диапазонах: сильная - слабая интеграция

отдельных элементов культуры в единую систему; моно - полиструктурная композиция элементов культуры (существует единая культура для всей организации, либо она подразделяется на несколько субкультур, носителями которых выступают филиалы, цеха, подразделения); "сильная" - "слабая" О.К., в зависимости от распространенности ее ценностей и норм среди сотрудников организации, и соответственно - степени влияния на их поведение; целенаправленно формируемая - естественным образом возникающая О.К. Обычно "генератором" культуры выступает высшее руководство организации, декларации которого оказывают значительное влияние на сотрудников. Однако, бесспорно, еще большее влияние на образ мышления, а значит - и поведение сотрудников компании оказывают конкретные действия высших менеджеров, играющие роль индикаторов степени неразрывности слов руководства с его делами, стратегии и тактики развития организации, общих интересов компании и индивидуальных интересов ее рядовых сотрудников.

О.В. Кобяк