

УДК 005.7(075.8)
ББК 60.823.3я73-1
Г89

Р е ц е н з е н т:

засл. деятель науки РФ, д-р экон. наук, проф. *А.И. Добрынин*
(Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов)

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*,
кандидат юридических наук, доктор экономических наук, профессор,
лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники

Грошев, Игорь Васильевич.

Г89 Организационная культура: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент», по экономическим специальностям / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 535 с.

И. Краснослободцев, Алексей Александрович.

ISBN 978-5-238-02384-7

Агентство СІР РГБ

Цель учебника — представить существующие концепции теории организационной культуры, взгляды и методы, положительно зарекомендовавшие себя в практике управления. Излагаются основные вопросы исследования организационной культуры (понятие, структура, содержание, типология), позволяющие читателю получить наиболее полную на данный момент картину этого явления. Раскрывается содержание организационной культуры как части явления общей культуры на уровне отдельной организации; определяются роль и значение организационной культуры в системе менеджмента организации; обозначаются проблемные области исследования организационной культуры.

Для студентов и аспирантов вузов, руководителей организаций, менеджеров.

ББК 60.823.3я73-1

ISBN 978-5-238-02384-7

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2004, 2013

Принадлежит исключительное право на использование и распространение издания (ФЗ № 94-ФЗ от 21 июля 2005 г.).

Воспроизведение всей книги или любой ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.

© Оформление «ЮНИТИ-ДАНА», 2013



главление

Введение	3
Глава 1. Организационная культура как научная область	5
1.1. Организационная культура: понятийные системы и генезис понятия	6
Категориальный аппарат	8
Корпоративная культура	11
Предпринимательская культура	13
Позиционирование понятий	15
К определению понятия «культура организации/корпорации»	17
1.2. Феномен организационной культуры: междисциплинарный характер и методы изучения	22
Междисциплинарный характер феномена организационной культуры	22
Направления и подходы	23
Методы, используемые теорией культуры организации	25
Общие методы исследования культуры организации и используемые подходы	26
Психологический подход	31
Деятельностный подход	33
Общелогические и эмпирические методы исследования организационной культуры	33
1.3. Концепция организационной культуры: подходы, модели и функции	36
Подходы к раскрытию концепции организационной культуры	36
Два основных комплекса моделей	38
Функции организационной культуры	39

1.4. Сущность организационной культуры: строение и внутреннее наполнение	41
Элементы организационной культуры	43
Ценность — основная категория	46
Система ценностей организации и ее принципы	49
<i>Основные ценности принципа личной преданности</i>	<i>52</i>
1.5. Типологизация организационной культуры	56
Интерорганизационный уровень	59
Интраорганизационный уровень	72
1.6. Институционализация организационной культуры	87
Институционализация в рамках организационной культуры	89
Параметры и функции институционального поля организационной культуры	97
 Глава 2. Организационная культура в системе «организация — человек — процесс»	 107
2.1. Организационная культура как стратегический ресурс организации	108
Силовое поле бизнеса и категория культуры	109
Соответствие конкурентной стратегии типу организационной структуры	111
Схемы управления и лидерства в организации при различных типах культуры	114
Социально-организационная дезорганизация	118
2.2. Управленческий аспект организационной культуры	119
Три основных подхода к определению сущности власти	120
Две группы основных источников и форм власти	124
Концепция баланса властей	128
Стили и методы руководства	130
Ресурсы организации и потребности личности	131
Мотивация как функция власти	133
Управленческий культурный комплекс организации	135
2.3. Локальные субкультуры в организационной среде и девиантное поведение	137
Субкультура: подходы, механизм, признаки, типы	138
Девиантное поведение	141
Манипулятивное поведение	144
Ситуативные факторы и девиантное поведение	146

2.4. Влияние организационной культуры на кадровый ресурс организации	148
Влияние организационной культуры и имиджевые составляющие руководителя	149
Руководители неэффективного поведения	152
Внутриорганизационное общение	157
Организационная культура и персонал	159
2.5. Ценностная модель организационной культуры	162
Формы существования ценностей в организации	163
Символы «высокого» и «низкого» профилей	164
 Глава 3. Психологический комплекс организационной культуры	 167
3.1. Категория «лидерство» в организационной культуре	168
Формальные и неформальные группы. Лидер и руководитель	168
<i>Формальное и неформальное лидерство</i>	<i>170</i>
<i>Лидер и руководитель</i>	<i>170</i>
Феномен лидерства	173
Типы лидерства	175
Управленческий лидер и его эффективность	177
<i>Модели управленческого лидера</i>	<i>181</i>
3.2. Процесс социализации в организации	184
Стадии и механизм социализации	185
<i>Механизм социализации</i>	<i>186</i>
Организационная социализация	189
<i>Социальная ответственность</i>	<i>189</i>
<i>Этапы социализации</i>	<i>191</i>
<i>Методы социализации</i>	<i>195</i>
Адаптация — социокультурная и управленческая	196
<i>Стадии процесса адаптации менеджера</i>	<i>197</i>
Научение поведению	199
Модель процесса социализации	201
3.3. Организационная культура и мотивация	206
Механизм мотивации	207
Теории мотивации	209
<i>Содержательные теории мотивации</i>	<i>209</i>

Оглавление	531
<i>Процессуальные теории мотивации</i>	218
<i>Коллективная мотивация</i>	224
3.4. Гендерный аспект организационной культуры	227
Гендерные представления о власти	228
Гендерные параметры лидерства	230
Гендерная субкультура	232
<i>Шесть типов гендерных организационных культур</i>	232
Основные гендерные теории	235
<i>Личностно ориентированные, или гендерно ориентированные, теории</i>	235
<i>Теории организационной среды</i>	236
<i>Системная гендерно-организационная теория</i>	237
3.5. Менталитет как детерминанта организационной культуры	237
Понятие и понимание ментальности	238
Российская ментальность	241
3.6. Российская культура как модель имплицитности ценностных модусов российского менталитета	247
<i>Антирыночные установки</i>	247
<i>Аттрактивность</i>	247
<i>Стремление к самоанализу и рефлексии</i>	248
<i>Эмоциональная открытость</i>	248
<i>Потребность быть ведомыми</i>	249
<i>Легковерие</i>	249
<i>Долготерпение</i>	250
<i>Стойкость характера, ценностно-рациональное поведение</i>	250
<i>Ценность морали, идеологии</i>	251
<i>Страх изменений</i>	251
<i>Глубинный поиск смысла жизни</i>	252
<i>Феноменологичность</i>	252
<i>Низкий индивидуализм</i>	253
<i>Патриотизм и самоотдача</i>	253
<i>Бегство в крайности</i>	254
<i>«Относительное» упрямство</i>	254
<i>Ориентация на неформальные отношения</i>	255
<i>Отличие русской культуры от западной</i>	256

3.7. Психологические модели организационной культуры в контексте ментальных репрезентаций	262
Модель формирования организационной культуры	263
Модель трансформации организационной культуры	267
Модель адаптации организационной культуры	268
Модель замещения организационной культуры	272
Глава 4. Менеджмент организационной культуры	279
4.1. Управление как основа организационной культуры	280
Нормы управления и санкции	281
Взаимосвязь организационной культуры и норм управляемости	283
4.2. Формирование организационной культуры	285
Принципы формирования организационной культуры	285
Методы поддержания и укрепления организационной культуры	287
Факторы, влияющие на формирование организационной культуры	289
Этапы формирования организационной культуры	295
4.3. Трансформация организационной культуры	296
Модель диагностики и компоненты организации	296
Основные причины сопротивления изменениям	299
Способы преодоления сопротивления	302
Шесть практических шагов по изменению организационной структуры	303
<i>Принципы организационных изменений</i>	<i>307</i>
Четыре шага по управлению изменениями культуры организации	310
4.4 Модели организационных изменений	313
Модель К. Левина «Движущие и сдерживающие силы»	313
<i>Движущие силы</i>	<i>314</i>
<i>Сдерживающие силы</i>	<i>315</i>
Модели организационных изменений Р. Бекхарда, К. Тюрли и М. Бира	317
4.5. Инструменты оценки и анализа организационной культуры	319
Модель оценки конкурентных ценностей К. Камерона и Р. Куинна	320
Программа оценки общего культурного уровня В.В. Козлова	323
Инструмент оценки конкурентных ценностей (OCAI)	324

4.6. Организационная культура как фактор организационной эффективности	326
Составляющие понятия «эффективность»	327
Составляющие эффективности организационной культуры	330
Влияние организационной культуры на эффективность	331
Модели взаимосвязи организационной культуры и эффективности	333
<i>Модель В. Сате</i>	334
<i>Модель Т. Парсонса</i>	336
<i>Модель Р. Квина и Дж. Рорбаха</i>	336
<i>Модель Т. Питерса — Р. Уотермана и Р. Паскаля — Э. Атоса</i>	338
<i>Модель Дж. Куика</i>	340
Глава 5. Эмоциональный менеджмент и организационная культура	343
5.1. Экономическая парадигма эмоций как ресурса организационной культуры	344
Экономический потенциал эмоциональных ресурсов. Рынок эмоций	344
Эмоции в экономическом поведении субъекта	348
5.2. Эмоции в системе организационной культуры	353
Уровни эмоций и управление ими	356
Эмоционально-деятельностная парадигма	359
5.3. Модель эмоциональной мотивации в рамках организационной культуры	363
Задачи и составляющие эмоциональной мотивации	364
Модель эмоциональной мотивации	369
<i>Модель ситуационного поведения</i>	371
Управление эмоциями	373
Компоненты и каналы передачи эмоциональной мотивации	374
5.4. Модель эмоционального менеджмента в организационной культуре	376
Управление эмоциональным состоянием	377
Эмоциональная компетентность руководителя	381
Модель эмоционального менеджмента	383
Концепция менеджмента эмоций	386
5.5. Эмоциональный интеллект и эмоциональная компетентность в системе организационной культуры	388
Модель управления эмоциональным потенциалом	390
Эмоциональный и общий интеллект	393
Социальная и личностная компетенции	396

5.6. Эмоциональный компонент как надстроечная структура организационной культуры	401
Значение и роль эмоционального компонента в организационной культуре	401
Стратегии реализации эмоционального компонента	404
Глава 6. Информационный менеджмент и организационная культура	407
6.1. Информационный прессинг в организационной культуре	408
Информационный прессинг и его признаки и направленность	408
Единица информации и информационный прессинг	412
Информационный прессинг: неконтролируемый характер, способы его локализации и борьбы с ним	415
6.2. Система информационного обеспечения организационной культуры	419
Информация и организационная культура	419
Модель информационного обеспечения организационной культуры	420
Гуманитарно-технологический тип культуры	424
6.3. Архитектоника коммуникаций в организационной культуре и деловое общение	426
Коммуникация и общение: признаки подхода	426
Межкультурная деловая коммуникация: виды культуры и уровни общения	429
Формы, жанры и стили делового общения	431
Деловая этика и этикет	434
Речевой этикет и этикетные формулы	435
Невербальная коммуникация	439
Формы деловой коммуникации	441
<i>Деловая беседа</i>	<i>441</i>
<i>Деловое совещание и пресс-конференция</i>	<i>446</i>
<i>Деловая дискуссия</i>	<i>449</i>
<i>Публичная речь</i>	<i>450</i>
Организационная документация	451
6.4. Система электронного обмена информацией и информационная поддержка в Интернете	453
Средства электронного обмена информацией	453
<i>E-mail (англ. electronic mail)</i>	<i>455</i>
<i>Интернет-телефония (голосовая и видеосвязь)</i>	<i>458</i>

Оглавление	535
<i>Онлайн-офис</i>	459
<i>Локальные компьютерные сети</i>	460
Информационная поддержка	461
6.5. Информационная культура организации: модель, типы и строение	465
Модель информационной культуры организации	466
Типы информационной культуры	469
Дисфункциональное информационное поведение	470
6.6. Модель информационного менеджмента в организационной культуре	475
Глава 7. Бренд-менеджмент и организационная культура	479
7.1. Бренд и культура организации: особенности взаимодействия	480
7.2. Бренд-культура организации	490
Концепции и культуры брендинга	490
Подходы к интеграции концепции брендинга в систему организационного управления	493
7.3. Модель бренд-ориентированной организационной культуры	495
Концепции и параметры организационной культуры	495
Формирование бренд-ориентированной культуры организации	499
<i>Персонал</i>	501
<i>Коммуникации</i>	502
<i>Мотивация</i>	502
<i>Организационная структура</i>	504
7.4. Концепция системного бренд-менеджмента в организационной культуре	508
Два подхода системного бренд-менеджмента	508
Точки контакта с брендом	510
Система организации бренд-менеджмента	511
Архитектура бренд-платформы организации	516
7.5. Модель системного бренд-менеджмента организации	518
Коммуникационное поле	520
Дистрибуционное поле	522
Дифференцирующее поле	522
Библиографический список	526