

## Модели управления корпоративной культурой

Научный руководитель – Кириллов Павел Евгеньевич

*Сериккалиева Райхан Талгатовна*

*Студент (магистр)*

Государственный университет «Дубна», Факультет социальных и гуманитарных наук,

Кафедра социологии и гуманитарных наук, Дубна, Россия

*E-mail: raihan\_kz@mail.ru*

В современной социологии выделяется множество моделей корпоративной культуры. В самом простом понимании, корпоративная культура - это нормы, устои, правила, ценности организации. Управление корпоративной культуры — это сознательное и намеренное совершение какого-либо действия, которое включает усиление или ослабление культуры, адаптацию людей в культуре, развитие культуры, поддержание или изменение корпоративной культуры управления.

Чтобы понять как управлять корпоративной культурой, необходимо разобраться с моделями организационной культуры.

### *Модель Э. Шейна*

Главной и ведущей в рассмотрении феномена организационной культуры является модель Э. Шейна, которая представляется в трех уровнях организационной культуры:

Первый уровень- базовый, считается самым поверхностным и его можно наблюдать при первичном взаимодействии с организацией.

Второй уровень связанный с ценностями и нормами. Ценности, представления и верования, разделяемые членами организации, в соответствии с тем, насколько эти ценности отражаются в символах и языке.

Третий уровень - более глубинный, который включает базовые предположения.

Уровни выделяют совокупность структурных элементов, находящихся в обязательной взаимосвязи друг с другом, и играют ведущую роль в формировании ценностного и культурного образа подразделений организации [5].

### *Модель «многослойная луковица»*

Стоит отметить такую модель, как «многослойная луковица», где организационная культура выступает как целостная система, которая способна взаимодействовать во всех сферах управления и развития организации, также естественно влияющая на все процессы и явления в организации. Ценности лидеров организации, ценности персонала, культура человеческих отношений, технологическая культура, маркетинговая культура и отношения с внешней средой, являются слоями данной модели [6]. Данная модель показывает, что все слои согласованы и взаимосвязаны, и что они находятся в соподчинении друг с другом.

### *Модель Р. Квина и Дж. Рорбаха*

В известной модели Р. Квина и Дж. Рорбаха, конкурирующие между собой ценности влияют на взгляды и поведение индивидов и, как следствие, на организационную эффективность:

- интеграция - дифференциация. Интеграция обеспечивает порядок, стабильность, предсказуемость работы. Дифференциация обеспечивает адаптированность, гибкость, инновационность работы;
- интерес членов и руководства к внутренней среде - интерес к внешней среде;
- средства (инструменты) - результаты (показатели работы) [4].

*Модель Т. Питерса и Р. Уотермана*

Т. Питерс и Р. Уотерман в своих научных трудах выявили непосредственную связь между организационной культурой и успехом в работе организации. учеными были предложены верования и ценности организационной культуры, что будут способствовать достижению успеха в организации [2].

*Спиральная динамика*

Марк Розин - автор статьи о спиральной динамике Д. Бека и К.Кована в рамках корпоративной культуры и дает названия каждому уровню развития корпоративной культуры.

Первый уровень- это культура принадлежности. В такой культуре человеку важно чувствовать свою принадлежность [3, 1].

Второй уровень - это культура силы, где выделяется сильный лидер, который забирает власть в свои руки и откровенно заставляет других следовать за ним [1].

Следующий уровень - это культура правил, где устанавливаются четкие правила, регламент и процедуры, где царит атмосфера строгой дисциплины, стабильности и надежности [3].

Далее наступает культура успех, которая дополняет предыдущий уровень. Свойственным отличием в этой культуре можно отметить - достижение высоких показателей, стимулирование сотрудников [1].

После заката культуры успеха приходит следующий уровень -культура согласия. Эта культура отличается от всех предыдущих тем, что в коллективе ведется постоянный диалог, дискуссии, мозговые штурмы, царит атмосфера творчества и принятие коллективных решений [3].

Также хочется отметить, что в развитии корпоративной культуры наблюдается феномен «маятника и луковицы», которая позволяет это движение по спирали, которое то возвращает прежде отвергнутые базовые ценности, то выводит их на новый уровень. Сохраняя основные прежние инструменты внедрения и поддержания систем правил для лидеров на разных этапах, говорит о том что корпоративная культура напоминает нам луковицу.

Для выяснения модели управления корпоративной культурой можно сопоставить модели организационной культуры с уровни развития корпоративной культуры в следствии чего можно прийти к выводу что в нашем случае может быть 30 вариантов модели управления корпоративной культуры. Модель управления корпоративной культуры будет зависеть от модели организационной культуры и уровня развития корпоративной культуры организации в данный момент.

### **Источники и литература**

- 1) Бек Д., Кован К. Спиральная динамика. М.: Бест Бизнес Букс. 2010.
- 2) Мескон М. Основы менеджмента. М.: Дело. 2000
- 3) Розин М. Путешествие по спирали. Что такое культура достижений и почему она важна для бизнеса// HRTimes. 2014, №25.
- 4) Спивак В.А. Корпоративная культура. СПб.: Питер. 2001.
- 5) Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство. Построение, эволюция, совершенство. СПб.: Питер, 2002.
- 6) Элвессон М. Организационная культура. М.: Изд-во Гуманитарный центр. 2005.