

فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی چیست؟

مقصود از فرهنگ سازمانی، سیستمی از درک مشترک است که اعضاء نسبت به یک سازمان دارند و همین ویژگی باعث تفکیک دو سازمان از یکدیگر می‌شود. کریس آرجریس، فرهنگ سازمانی را نظامی زنده می‌خواند و آن را در قالب رفتاری که مردم در عمل از خود آشکار می‌سازند، راهی که بر آن پایه به‌طور واقعی می‌اندیشند و احساس می‌کنند و شیوه‌ای که به‌طور واقعی با هم رفتار می‌کنند تعریف می‌کند.

اهمیت فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی دارای اهمیت به‌سزایی است و اهمیتش در موارد زیر بیان شده:

- (۱) بهبود کیفیت ارتباط درون سازمانی و برون سازمانی: آشنایی با فرهنگ و توانایی تحلیل تفاوت‌های فرهنگی، مهارتی است که می‌تواند توانایی ما را در مدیریت تعارض بهبود ببخشد.
- (۲) تقویت مذاکره: آشنایی با تفاوت‌های فرهنگی هم‌چنین یکی از پایه‌های اصلی تبدیل شدن به یک مذاکره‌کننده بین‌المللی است. هر چه فرهنگ طرف مقابل را بهتر بشناسید و ویژگی‌ها و مولفه‌های فرهنگی کشور طرف مذاکره را بهتر درک کنید، شانس موفقیت‌تان در مذاکره و عقد قراردادهای تجاری بیشتر خواهد بود.
- (۳) مهندسی فرهنگ در شرکت‌ها و سازمان‌ها: فرهنگ نقش مهمی در کیفیت زندگی کاری در یک سازمان و نیز سطح عملکرد دارد. بنابراین، مدیران آشنا با مقوله‌ی فرهنگ، می‌توانند به وسیله‌ی مهندسی هوشمندانه‌ی فرهنگ سازمانی، سطح عملکرد و اثربخشی کارکنان را افزایش داده و تنش‌ها و اصطکاک‌های نامربوط و فرساینده را کاهش دهند.



انواع فرهنگ سازمانی

نوع اول: فرهنگ قبیله‌ای

این فرهنگ ریشه در همکاری و کمک دارد. اعضاء مشترکات زیادی با یکدیگر دارند و خودشان را بخشی از یک خانواده‌ی بزرگ می‌دانند که فعال و درگیر هستند. رهبری به شکل مربی‌گری درمی‌آید و سازمان به

تعهدات و سنت‌ها ملزم است.

ارزش‌های اصلی ریشه در کار تیمی، ارتباطات و اجماع دارد. یک فرهنگ برجسته قبیله‌ای مانند تام ماین، سازنده محصولات بهداشتی طبیعی است و یا تام چاپل، بنیانگذار تام چاپل، برای ساختن نام تجاری، بر روابط محترمانه با کارمندان، مشتریان، تامین کنندگان و خود محیط تمرکز دارد.



نوع دوم: فرهنگ آدوکراسی

این فرهنگ مبتنی بر انرژی و خلاقیت است. کارمندان به خطر پذیری تشویق می‌شوند و رهبران به عنوان نوآوران یا کارآفرینان دیده می‌شوند. این سازمان با آزمایش، با تأکید بر نبوغ و آزادی فردی، در کنار هم برگزار می‌شود. مقادیر اصلی بر اساس تغییر و چابکی است.

فیس بوک را می‌توان به عنوان یک سازمان آدوکراسی نمونه اولیه، مبتنی بر توصیه مشهور مدیر عامل شرکت مارک زاکربرگ در مورد این جمله، "سریع حرکت کنید و چیزها را بشکنید، مشاهده کنید - مگر اینکه چیزهای خود را بشکنید، به اندازه کافی سریع حرکت نمی‌کنید".

نوع سوم: فرهنگ بازاری

این فرهنگ بر پویایی رقابت و دستیابی به نتایج مشخص بنا شده است. تمرکز هدف محور است، رهبرانی سخت گیر و طلبکار هستند. این سازمان با هدف مشترک متحد شده است تا موفق شود و همه رقبا را شکست دهد. محرک‌های اصلی ارزش سهم بازار و سودآوری هستند.

جنرال الکتریک زیر نظر مدیر عامل سابق جک ولش نمونه خوبی از این فرهنگ است. ولش قول داد که هر G.E. واحد تجاری باید در بازار مربوط به خود رتبه اول یا دوم را داشته باشد یا در معرض فروش قرار گیرد. نمونه دیگری از فرهنگ بازار، غول نرم افزاری اوراکل است که زیر نظر رئیس اجرایی سخت کوش، لری ایسون، اداره می‌شود.

نوع چهارم: فرهنگ سلسله مراتبی

این فرهنگ مبتنی بر ساختار و کنترل است. محیط کار رسمی است، با روشهای دقیق نهادی برای هدایت. رهبری بر اساس هماهنگی و نظارت سازمان یافته است، با فرهنگ تأکید بر کارایی و قابل پیش بینی بودن. مقادیر شامل ثبات و یکنواختی است. کلیشه‌های بزرگ اداری، اداری مانند مک دونالد، ارتش یا وزارت وسایل نقلیه موتوری.