

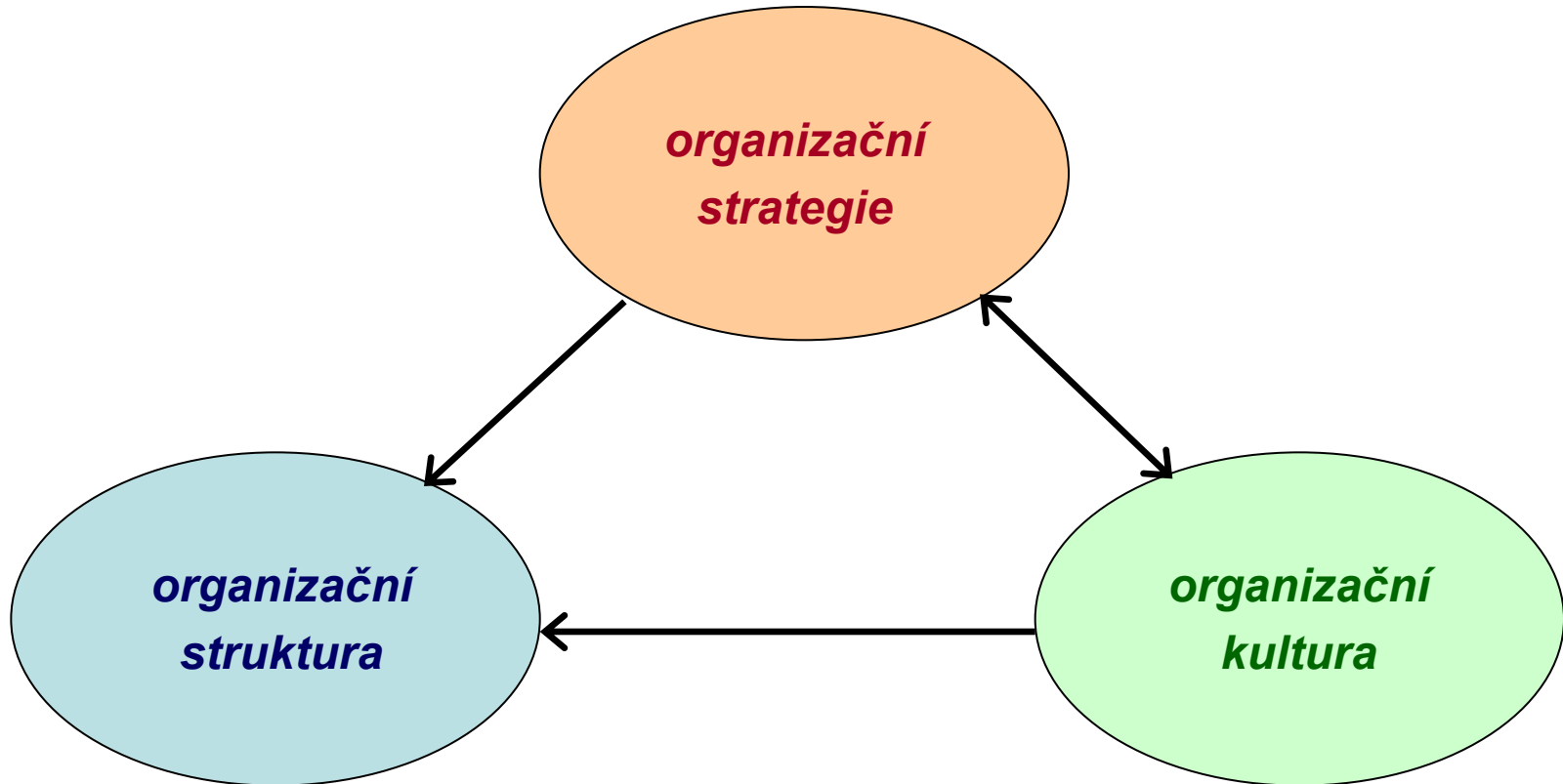
Téma 11:

Organizační kultura

Ladislav Blažek

- 1. Vztah mezi organizační strukturou, kulturou a strategií**
- 2. Vymezení organizační kultury**
- 3. Síla organizační kultury**
- 4. Obsah organizační kultury**
- 5. Faktory ovlivňující organizační kulturu**

1. Vztah mezi organizační strukturou, kulturou a strategií



2. Vymezení organizační kultury



Organizační kultura je soubor

- základních předpokladů, hodnot, postojů a norem chování,
- které jsou sdíleny v rámci organizace a
- které se projevují v myšlení, cítění a zejména chování členů organizace a v artefaktech (výtvorech) materiální a nemateriální povahy.

kultura deklarovaná - kultura žitá

Organizační kultura je setrvačná, její vývoj je velmi pomalý

Síla kultury

Obsah kultury

Faktory ovlivňující kulturu

3. Síla organizační kultury

ORGANIZAČNÍ STRATEGIE - ORGANIZAČNÍ KULTURA

❑ Organizační strategie je vágní a organizační kultura je slabá a difusní.

Síly směřující další vývoj organizace jsou slabé a nejasné.

❑ Organizační strategie je vágní, ale organizační kultura je silná.

Organizační kultura v podstatě „nahradí“ funkci strategie a bude organizaci do budoucnosti směřovat působením převážně spontánních sil.

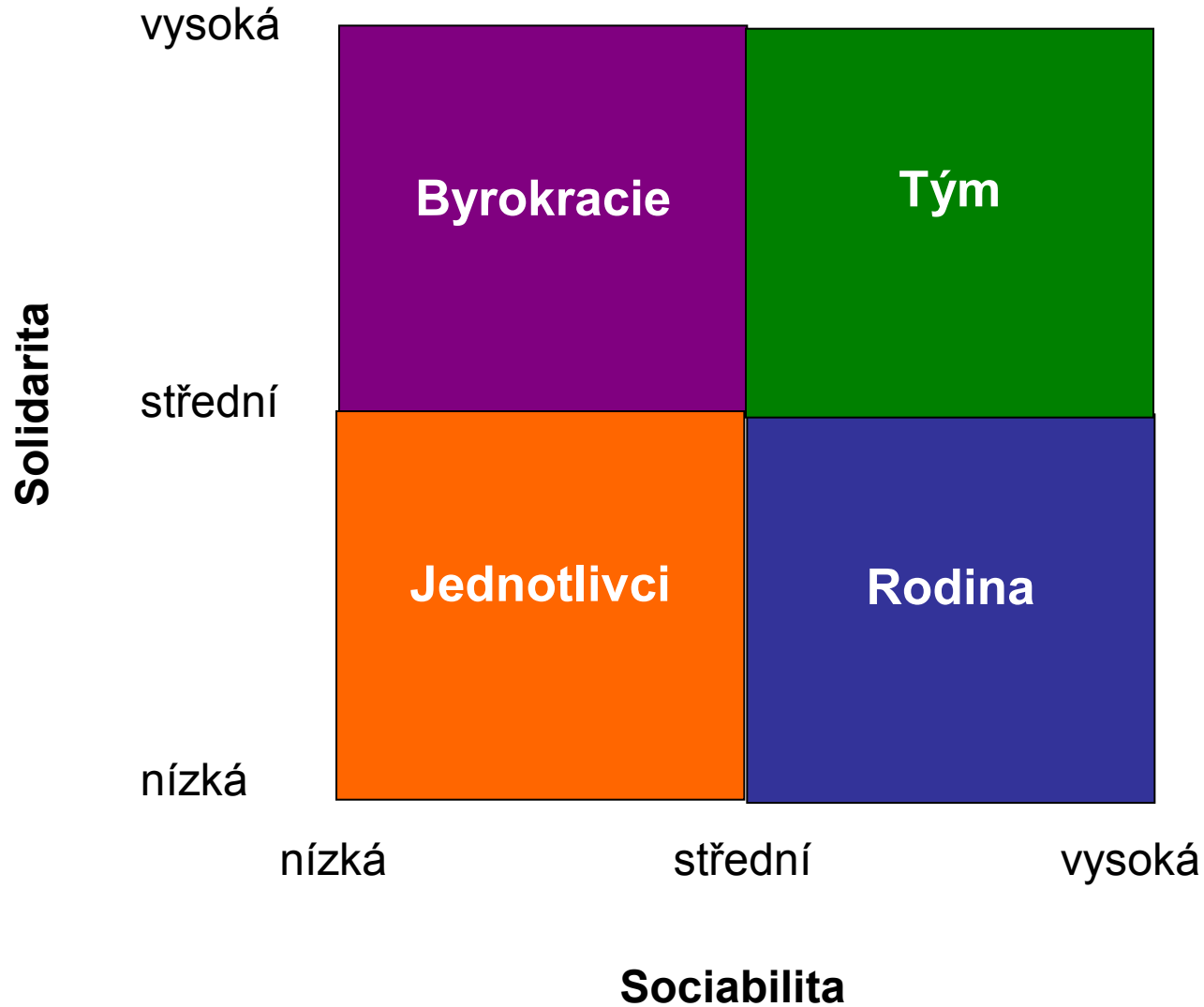
❑ Organizační strategie je vyhraněná, ale organizační kultura je slabá a difusní.

Implementace strategie nenalezne v organizační kultuře žádnou podporu.

❑ Organizační strategie je vyhraněná a organizační kultura je silná.

Jestliže jsou obě v souladu, pak se jedná o nejlepší případ: Precizně zpracovaná strategie se setká s účinnou podporou silné kultury. V případě nesouladu však hrozí konflikt, který může další vývoj organizace výrazně poškodit.

4. Obsah organizační kultury



5. Faktory ovlivňující organizační kulturu

- ❑ **národní kultura**, spjatá s jazykem, historií, náboženstvím, vzdělávacím či politickým systémem, jehož závažnost se zračí zvláště markantně v organizacích typu nadnárodních společností, kde se střetávají vlivy různých národních kultur
- ❑ **kultura tržního prostředí**, projevujícího se především u subjektů podnikatelského charakteru
- ❑ **profesní kultura**, vyvěrající z určitého zaměření vzdělání, zájmů, způsobu myšlení a způsobu práce zaměstnanců organizace
- ❑ **silná osobnost vůdce**, který se zpravidla „zapisuje“ do organizační struktury zcela originálním a nesmazatelným způsobem
- ❑ **délka existence organizace**, kdy ve vývoji organizační kultury lze rozpoznávat fázi vzniku, ve které je organizační kultura důležitým zdrojem identity a síly organizace, fázi středního věku, kdy v důsledku překročení určité velikosti organizace dochází ke krizi identity a vzniku subkultur a fázi zralosti spjaté se stabilitou či stagnací

Literatura:

GOFFEE, R., JONES, G. *The Charakter of a Corporation*. New York : Harper Business, 1998. ISBN 0-887309-02-X.

LUKÁŠOVÁ, R. *Organizační kultura a její změna*. Praha : Grada, 2010. ISBN 978-80-247-2951-0.

LUKÁŠOVÁ, R., NOVÝ, I. a kol. *Organizační kultura*. Praha : Grada, 2004. ISBN 80-247-0648-2.

NOVÝ, I. a kol. *Interkulturální management*. Praha : Grada, 1996. ISBN 80-7169-260-3.

NOVÝ, I., SCHROLL-MACHL, S. a kol. *Interkulturní komunikace v řízení a podnikání*. Praha : Management Press, 1999. ISBN 80-7261-009-0.