

## SADRŽAJ

Sadržaj .....	1
Uvod .....	2
Pojmovno razgraničenje .....	3
Sadržaj i snaga organizacione kulture .....	4
Natanak, razvoj i promjene organizacione kulture .....	7
Mehanizmi stvaranja i razvoja organizacione strukture .....	11
Promjene organizacione kulture i upravljanje promjenama .....	14
Klasifikacija organizacione kulture .....	16
Zaključak .....	17
Literatura .....	18

## Organizaciona kultura

### Uvod

Organizaciona kultura se ne može precizno definisati, jer je ona nešto što se opaža, osjeća i naslućuje.

Navešćemo samo nekoliko shvatanja organizacione kulture:

organizaciona kultura je program ljudskog uma

organizaciona kultura: kolektivni um preduzeća

organizaciona kultura su zajedničke ideje i osjećanja zaposlenih

koherentna organizaciona kultura znači da zaposleni imaju zajednički načingledanja na stvari, principe koji određuju njihovo ponašanje i definiše prihvatljive i neprihvatljive socijalne norme

organizaciona kultura je socijelni lepak organizacije

Kao što je slučaj i sa većinom drugih novih pojmova u ovoj oblasti, ni organizaciona kultura nije bila potpuna neznanica dok nije dospjela i žižu interesovanja. Radi se o tome da pojam organizacione kulture nije bio jasao izdiferenciran i zasebno izučavan. Prirodno mjesto organizaciona kultura nalazi se u oblasti menadžmenta/organizacije koja proučava socijalni i psihološki aspekt organizacije, znači uz organizaciono ponašanje, motivacione teorije, teorije grupa, neformalne aspekte organizacije. “ Događaj “ koji je skrenuo pažnju na fenomen organizacione kulture je uspjeh japanskih preduzeća, tačnije njihov bum na svjetskom tržištu. U nastojanju teoretičara i praktičara da otkriju i prouče ključne faktore koji su doveli do tog uspjeha (da bi se oni mogli promjeniti i u drugim organizacijama sa sličnim efektima) izdvojila su se dva zajednička imenitelja mnogih uspješnih japanskih kompanija, a to su novo shvatanje kvaliteta i specifičan odnos rukovodilaca i zaposlenih prema svome poslu i kompaniji iz kojeg je proisticalo njihovo veliko zalaganje. Proučavanje poslovne prakse “odličnih preduzeća“ u SAD i Evropi koja su usledila takođe su pokazala da u njima vlada set poželjnih vrednosti koje podstiču spremnost na akciju, samostalnost, otvorenu komunikaciju, manji broj formalnih barijera i sl. Iako nema eksplicitnih dokaza da je organizaciona kultura faktor koji povoljno utiče na poslovni uspjeh, dovoljan je bio i nagovještaj takve mogućnosti da se stručna javnost zainteresuje za njeno proučavanje. Sve brojnija iskustva multinacionalnih kompanija, aktivizacije i menadžeri učestali usled savremenog trenda globalizacije kao i iskustva kompanija iz Zapadne Evrope koje zapošljavaju veci broj imigranata takođe su doprinjela afirmaciji proučavanja organizacione kulture. Naime, razlike u nacionalnim kulturama koje se snažno odražavaju i na organizacionu kulturu često dovode do problema čak i negativnih rezultata u implementaciji principa i metoda, pre svega oblasti menadžmenta, koje imaju odlične rezultate u jednoj sredini, u drugu. Ilustraciju toga daje Hofstede navodeći primjer njemačkog biznismena čija je firma dobila građevinski projekat u Indoneziji i koji je odmah pristupio izradi pravila i procedura radi uspješne realizacije posla, ali posao nije mogao ni da otpočne dok odgovorni menadžeri nisu počeli lično da prisustvuju i nadgledaju radove. Obzirom na činjenicu da organizaciona kultura utiče na razmisljanje i ponašanje zaposlenih, očigledno je da se njen uticaj osjeća u svim aspektima poslovanja.

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU. -----

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)