

ثقافة المؤسسات

كيف نشخصها وكيف نغيرها؟

تأليف : كيم كامرون - روبرت كوين

شخصية المنظمة:

ثقافة الشركة أو المنظمة هي شخصيتها. ولأن المنظمات كائنات حية فهي تنمو وتتعلم وتكبر وتعمل وتتعب وتمرض وتتألم وتشبخ. وهي لهذا تحتاج لرعاية ودعم ولياقة فكرية وإدارية، مثلما يحتاج الإنسان للياقة البدنية والنفسية. ولهذا السبب نعمل على تطويرها ونواصل تغييرها، ونعطيها القويات والمسكنات والمنشطات ونباشرها بالعلاج الطبيعي والصناعي. بل وتنطبق عليها الحكمة القائلة: «الوقاية خير من العلاج».

ولأن ثقافة المنظمة هي شخصيتها، فإن تغيير هذه الثقافة يحتاج بداية إلى تشخيص. وهناك عدد كبير من خبراء وعلماء الإدارة استخدموا تعبير «شخصية المنظمة» بدلا من «ثقافة المنظمة». ولأنه لا يمكن لإنسان أن يقتبس شخصية إنسان آخر بالكامل، فيقلده ويمائله تماما، فإن ثقافة المنظمات هي أصعب مكونات البناء التنظيمي على النسخ والتقليد والتكرار. أي أن ثقافة المنظمة هي رأسمالها الحقيقي، وهي البعد الخفي أو السر الإداري الذي لا يمكن اقتباسه أو نسخه أو تقليده.

كلنا نعرف أن الشركات لم تعد اليوم تفاخر بحجمها وقوتها ورسوخها وثباتها. لكنها بالتأكيد تفاخر بثقافتها وخصوصيتها التي تعكس تميزها. ولأن الثقافة ترتبط أساسا بشخصية الكائن وهويته، فإن تغييرها يلقي دائما نوعين من العقبات:

* عقبة الخوف الذي يعتري القيادة الإدارية عند محاولة الانتقال من المعلوم إلى المجهول.

* وعقبة الرفض التي تعتري الناس بسبب ذلك الخوف.

ونظرا لصعوبة تغيير ثقافة أي منظمة، فإن كثيرين يرون أن مثل هذا التغيير مستحيل.

وهناك من يرون أن ثقافة المنظمة تتغير عندما:

- تتغير قيادتها أو عندما تعزم قيادتها على التغيير.

اقرأ في هذا العدد

- استقصاء تقييم ثقافة المؤسسة.....ص2
- محورين أساسيين لثقافة الشركات.....ص4
- الأنماط الثقافية للشركات.....ص5
- تصوير ثقافة الشركات.....ص7
- واقعية ثقافة الشركات.....ص7
- مراحل تطور ثقافة الشركات.....ص9
- تغيير ثقافة الشركات.....ص10
- العامل الفردي في التغيير الثقافي..ص11
- ملاحظات أخيرة.....ص12

