

РОЛЬ ФОБИЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

У каждого человека в современном мире существуют страхи и тревоги, которые при определенных обстоятельствах перерастают в фобии. Поэтому каждый должен уметь выявить у себя фобию и не дать ей развиваться.

В.І. Бондаренко, Я.Р. Шевель

РОЛЬ ФОБІЙ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

У кожної людини в сучасному світі існують страхи і тривоги, які за певних обставин переростають у фобії. Тому кожен повинен вміти виявити у себе фобію і не дати їй розвинутися.

V.I. Bondarenko, Y.R. Shevel

ROLE OF PHOBIAS IN THE MODERN WORLD

In the modern world each person has fears and alarms which under the certain circumstances develop into phobias. Therefore everyone should be able to reveal at itself(himself) a phobia and doesn't allow it to develop.

Стаття надійшла до редакції 24.04.2010

УДК 159

*А.А. Давыдова
г. Харьков, Украина*

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР УСПЕХА

Организации и предприятия, как известно, существуют для того, чтобы производить материальные блага и услуги. Это производство связано в определенную технологическую цепочку. Для приведения в действие всех звеньев этой цепочки действует система управления, в которой весь персонал выполняет функции руководителей и подчиненных. Однако деятельность организаций и предприятий не может осуществляться только на основе технологии или управленческой иерархии. На предприятиях, в организациях действуют люди. А это значит, что в своей деятельности они

руководствуются какими-то конкретными ценностями, совершают определенные обряды и т.д. В этом смысле каждое предприятие или организация представляет собой культурное пространство. Нам предстоит разобраться в том, что представляет собой культура организации или организационная культура, и какую роль она играет в ее функционировании.

Каждая организация создается для реализации поставленной ее основателем (руководителем) цели, для осуществления какой-то деятельности. Этот способ придает организации индивидуальную окраску, персонифицирует ее. Так вот, с этих позиций культуру организации можно охарактеризовать как специфическую, характерную для данной организации систему связей, действий, взаимодействий и отношений, осуществляющихся в рамках конкретной деятельности, достижения определенных целей.

Будет уместно вспомнить определение организационной культуры, данное американским специалистом по управлению Э. Шейном: «Организационная культура есть набор приемов и правил решения проблемы внешней адаптации и внутренней интеграции работников, правил, оправдавших себя в прошлом и подтвердивших свою актуальность в настоящем. Эти правила и приемы представляют собой отправной момент в выборе сотрудниками приемлемого способа действия, анализа и принятия решений. Члены организации не задумываются об их смысле, они рассматривают их как изначально верные» [5]. Содержание организационной культуры не является чем-то надуманным или случайным, а вырабатывается в ходе практической предпринимательской деятельности, как ответ на проблемы, которые ставит перед организацией внешняя и внутренняя среда. Это содержание действует достаточно долго, оно прошло испытание временем. Но для каждого конкретного члена организации они существуют как нечто данное.

Таким образом, организационная культура выражает определенные коллективные представления о целях и способе деятельности данной организации или предприятия.

Французский исследователь Н. Деметр подчеркивает, что культура организации – это система представлений, символов, ценностей и образцов поведения, разделяемая всеми его членами. Это означает, что в организации каждый связан общим взглядом на то, что представляет собой данная организация, какова ее экономическая и социальная роль, какое место она занимает по отношению к своим конкурентам, каковы ее обязательства перед клиентами и т.д. Основная функция организационной культуры – создать ощущение идентичности всех членов организации, образ коллективного «мы».

Организационные ценности играют ведущую роль в культуре организации. Это предметы, явления и процессы, направленные на удовлетво-

рение потребностей членов организации и признающиеся в качестве таких большинством членов организации. Способность организации создать ключевые ценности, которые объединят усилия всех структур той или иной организации, является одним из самых глубоких источников успешной деятельности организации.

Формирование ключевых ценностей или принципов деятельности организации имеет своей главной целью создать в окружающей среде и в глазах сотрудников организации ее предельный образ или, как принято сейчас выражаться, «имидж организации». Эти принципы громогласно провозглашаются в речах основателей или руководителей организаций, различного рода информационных документах, включая и рекламные ролики, вывески, табло и т.д. Эти принципы, объединенные в систему, определяются как «кредо» организации, его «символ веры». Совокупность таких принципов зачастую называют «философией» данной организации.

Так, знаменитая компания по производству электронной и бытовой техники “Samsung” в качестве символов, выражающих свою философскую концепцию, выбрала деревья хиноки и сосны. Величественное пирамидальное хиноки растет по 25 сантиметров в год и высоты в 30 метров достигает за 120 лет. За это время древесина хиноки приобретает высочайшее качество и служит прекрасным материалом для изысканной мебели. Простая доска из хиноки может стоить 30 000 долларов. “Samsung” взял хиноки в качестве символа при планировании длительного развития, имеющего большое значение. Здесь спешка неуместна. Но компания не всегда может себе позволить долго ждать. Поэтому, еще одним символом развития “Samsung” является сосна, которая растет быстрее, не требует особого ухода и больших затрат. “Пока растут хиноки, доход дают сосны”: вот так, в символической форме, по-восточному понимается развитие [6].

Всем знакома трехконечная звезда “Мерседеса” в кольце, но мало кто знает, что основатели компании “Даймлер Бенц”, которая теперь выпускает автомобили, трактовали ее, как “господствующее положение в воздухе, на воде и на земле”.

Становится понятной большая значимость лозунгов и символов для большинства компаний, как для их руководства, так и для рядовых сотрудников. Для украинской практики бизнеса характерны случаи неточно выбранных, “пустых” лозунгов, ничего не выражающих фирменных знаков. Складывается впечатление, что роль этих элементов организационной культуры сильно недооценивается в нашей стране.

В тоже время концептуальный знак и лозунг, ясно и просто выражающий философию компании, являются сильнейшими элементами, вокруг которых строится организационная культура.

Организационная культура является одной из важнейших составляющих работы любой организации. Когда организация реализует выбранную стратегию, она начинает осуществлять ряд действий. Шаги, которые противоположны культурной реальности, будут вызывать сопротивление. Действия, соответствующие сложившейся организационной культуре, будут приниматься с большей готовностью. Основные возможности развития для многих организаций лежат именно в области культурной политики. И победы добиваются те руководители, которые могут сделать так, чтобы организационная культура работала на поддержку и успешную реализацию краткосрочных и долгосрочных целей компании.

Организационная культура может быть важным и мощным инструментом при создании настроения персонала на высокую производительность и высокое качество в работе. Формирование и поддержание такой культуры, которая повышала бы отдачу от людей, работающих в организации, способствовала повышению ее эффективности и конкурентоспособности, - это одна из важнейших стратегических задач высшего руководства. Эффективность руководства зависит от создания культурных систем, которые будут создавать условия для формирования у работников приверженности своей организации и ее целям, заинтересованного отношения к делу и развития творчества, инициативы. Такая культура обеспечит максимально полное раскрытие потенциала людей, работающих в организации.

Формирование корпоративной культуры осуществляется на основе ценностей и организационных норм. Под нормами понимаются управляющие поведением сотрудников обобщенные правила, которые приводят к достижению целей организации. Роли определяют вклад каждого в совместную деятельность, в зависимости от занимаемой им формальной или неформальной позиции в организации, а также взаимные ожидания и взаимный контроль сотрудников. Сила организационной культуры определяется, по крайней мере, двумя важными факторами: степенью принятия членами организации основных ценностей компании и степенью их преданности этим ценностям. Очевидно, что даже преуспевающие зарубежные компании с сильной организационной культурой, такие как, например, Procter & Gamble, PepsiCo и Coca-Cola, также нуждаются в постоянном поддержании и развитии своих культурных ценностей. Трудность поддержания требуемого уровня организационной культуры заключается в том, что вновь принятые сотрудники приносят с собой не только новые идеи и индивидуальные подходы к решению профессиональных задач, но и свои собственные ценности, взгляды, убеждения. Индивидуальные личностные ценности сотрудников могут существенно поколебать сложившиеся культурные традиции внутри организации. Для

поддержания сложившейся системы культурных ценностей организации, необходимо постоянно оказывать влияние на формирование ценностных ориентаций сотрудников для максимального сближения их с культурой самой организации.

Существует ли где-нибудь организация без культуры, так сказать, «бескультурная» организация? Можно ли представить себе такую организацию, где не сложилось никаких правил, норм поведения, ожиданий и ценностей, определяющих поведение ее членов? Ответ будет однозначным – нет. Организационная культура складывается независимо от того, занимается руководство ее формированием или нет. Вопрос состоит только в том, поддерживает ли эта организационная культура эффективную работу организации, или, напротив, тормозит, являясь серьезным препятствием в реализации поставленных стратегических целей.

Если руководство хочет, чтобы работники исповедовали такие ценности и нормы поведения, которые будут способствовать успеху организации, то формирование организационной культуры нельзя пускать на самотек. Для построения организационной культуры, которая поддерживала бы разработанную стратегию, руководство должно предпринять ряд шагов, которые представлены на рисунке 1.

Итак, в целом культуру организации можно определить как совокупность идей, корпоративных ценностей и норм поведения, присущих только данной организации и формирующихся в ходе совместной деятельности для достижения общих целей. Организационная культура представляет собой важный компонент и условие существования организации. Цель организационной культуры – обеспечение высокой прибыльности организации за счет максимизации эффективности производственного менеджмента и качественного улучшения деятельности организации в целом посредством:

- совершенствования управления человеческими ресурсами для обеспечения лояльности сотрудников к руководству и принимаемым решениям;
- воспитания у работников отношения к организации как к своему дому;
- развития способности и в деловых, и в личных отношениях опираться на установленные нормы поведения, решать любые проблемы без конфликтов [3].

1. Выработка миссии организации, определение стратегии, основных целей и ценностей (приоритетов, принципов, подходов, норм и желательных образцов поведения)

2. Изучение уже существующей организационной культуры и доминирующих в ней ценностей

3. Определение степени соответствия сложившейся оргкультуры, выработанной руководством, стратегии развития организации. Выявление позитивных и негативных ценностей



Рис. 1. Шаги для формирования организационной культуры



Рис. 1 – Шаги для формирования организационной культуры

Организационная культура является важным фактором успеха, настолько, насколько она является общепринятой, согласованной, целостной системой разделяемых ценностей, идей, норм поведения, способствующих стратегии развития организации.

Список литературы: 1. *Грошев И.В., Емельянов П.В., Юрьев В.М.* Организационная культура. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 2. *Жалило Б.А.* Как изменить корпоративную культуру? // Справочник кадровика. - № 9. – 2003. 3. *К. Камерон, Р. Куин* Диагностика и изменение организационной культуры / пер. с англ. Под ред. И. В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2001. 4. *Максименко А.А.* Организационная культура: системно-психологические описания. – Кострома: КГУ им. Н.А.Некрасова, 2003. 5. *Райгородский Д.Я.* Организационное поведение. Хрестоматия. Бахрах – М, 2006. 6. *Шейн Э.* Организационная

культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. – СПб: Питер, 2002.

А.А. Давыдова

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР УСПЕХА

В статье проанализирована организационная культура как наиболее важный фактор достижения успеха. Культурные образцы (идеи, ценности, нормы поведения, символы) принятые и усвоенные в данном коллективе, оказывают значительное влияние на деятельность персонала и достижение ими общих целей организации. Поэтому, задача высшего руководства – формировать и поддерживать такую культуру, которая бы способствовала стратегии развития организации.

А.А. Давидова

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР УСПІХУ

У статті проаналізована організаційна культура як найважливіший фактор досягнення успіху. Культурні зразки (ідеї, цінності, норми поведінки, символи) прийняті і засвоєні в даному колективі, значно впливають на діяльність персоналу і досягнення ними спільних цілей організації. Тому, завдання вищого керівництва – формувати і підтримувати таку культуру, яка б сприяла стратегії розвитку організації.

A.A. Davidova

ORGANIZATIONAL CULTURE AS AN IMPORTANT FACTOR OF SUCCESS

An organizational culture (work ethic) as the most important factor to achieve success has been analyzed in the article. The cultural models (ideas, values, behavioral norms, symbols) accepted and acquired in this collective, have considerable influence on work of the personnel and its achievement of general aims of an organization. Therefore, the task of top management is to form and support such culture which would assist the strategy of development of an organization.

Стаття надійшла до редакції 26.03.2010