

, 30 : 2006 ./ - , 2006. - . 205-206.
./ [: . . .] - : . . .

С.П. Вертай
Филиал БГЭУ (Пинск)

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ К ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Члены трудового коллектива, вступающие друг с другом в непосредственное взаимодействие при осуществлении трудовой деятельности, представляют собой реальную социальную группу, влияние которой распространяется на всю жизнедеятельность членов группы, выходящую за рамки данного предприятия. Центральным звеном групповой структуры является предметная деятельность членов группы, далее следуют отношение членов группы к выполняемой деятельности и межличностные связи. В большей или меньшей степени работники предприятия отождествляют себя со своим непосредственным трудовым коллективом, предприятием в целом. В случае возникновения противоречий между ин-

тересами подразделений, что может выражаться в демонстрации различных ценностей через отношение к работе, взаимодействие с коллегами – большинство людей подсознательно отождествляет себя со своей непосредственной рабочей группой. Возникающие противоречия, выражающиеся в нарушении межличностных связей, отношением членов группы к выполняемой деятельности, могут существенно снизить эффективность деятельности подразделения, предприятия в целом. Механизмом, интегрирующим ценностные установки людей в рамках выполняемой деятельности на предприятии, является организационная культура. Влияние корпоративной культуры на деятельность людей можно проследить во взаимодействии ценностей, отношений и поведения людей: культура – ценности – отношение – поведение. Исходя из этого взаимодействия можно предположить, что изменения в поведении повлекут за собой изменения организационной культуры, в свою очередь – целенаправленное изменение организационной культуры через ценности и отношение, приведет к изменению поведения.

Для формирования целостной организационной культуры, способствующей достижению стратегических целей предприятия, выполняющей функцию внутренней интеграции и внешней адаптации предприятия, необходимо учитывать три ее уровня:

- 1) поверхностный: продукция, услуги, технология, архитектура, производственные помещения, поведение работников, формальное языковое общение;
- 2) внутренний: ценности, верования;
- 3) глубинный: философия.

Данные уровни соответствуют взаимодействию ценностей, отношения и поведения людей, где видимым, измеримым является чаще всего поверхностный уровень, который и подвергается воздействию при формировании или изменении организационной культуры. Эти тенденции проявляются в изменении атрибутов предприятия, выдвижению новых требований к поведению сотрудников, через издание документов, положений о корпоративной культуре, оставляя незамеченным внутренний и глубинный уровни.

Формализация представлений о корпоративной культуре является необходимым шагом, при ее создании или развитии, но это должен быть не просто свод законов и правил провозглашенный на бумаге, а один из эффективных средств мотивации и привлечения сотрудников. Исходя из этого, при формировании организационной культуры глубокое значение необходимо придавать реальной идентификации сотрудников со своим предприятием, вырабатывать механизмы поэтапного повышения воздействия корпоративной культуры на эффективность деятельности предприятия.