



Литература:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс]. Закон ВР України від 16.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступу: <https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/buhgalterskiy-oblik/zakon-ukrayini-pro-buhgalterskiy-oblik-ta-finansovu-zvitnist-v-ukrayini/>
2. Організація бухгалтерського обліку: Практикум для студ. ден. та заоч. форм навчання спец. «Облік та аудит» / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, ін-т обліку і фінансів, каф. бух. обліку; Ю.Д. Чацкіс, Е.С. Гейер, О.А. Наумчук, І.О. Власова. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – 125 с.
3. Петренко С.М. Внутрішній контроль: проблеми інформаційного, організаційного та методологічного розвитку : [монографія] / С.М.Петренко; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун. економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – 509 с.
4. Мильнер Б.З. Системный подход к организации управления / Б.З. Мильнер, Л.И. Ревенко, В.С. Рапопорт. – М.: Экономика, 1983. – 224 с.
5. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / Минцберг Г.; пер. с англ.; под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2002. – 512 с.
6. Организация, как объект управления [Электронный ресурс] // Теория организации. – Manageconom.Ru. – Режим доступа: <http://manageconom.ru/org-theory/organization-as-control-object.htm>
7. Организация бухгалтерского учета [Электронный ресурс] // Словарь бизнес-терминов. Академик.ру. 2001. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/business/20026/ОРГАНИЗАЦИЯ_БУХГАЛТЕРСКОГО_УЧЕТА
8. Сименко И. В. Социальная отчетность как объект диагностирования экосоциоэкономических отношений корпораций [Электронный ресурс] / И. В. Сименко, Л. А. Сухарева, Т. В. Федченко. // Торговля и рынок : науч. журн. 2016-. 2016. № 1. – С. 204-210 : табл.
9. Грибов В. Принципы организации производственного процесса [Электронный ресурс] / В. Грибов, В. Грузинов. – Центр Креативных Технологий. – Режим доступа: <https://www.inventech.ru/lib/predpr/predpr0019/>

Статья отправлена: 10.06.2017 г.

© Федченко Т.В.

ЦИТ: ua217-015

DOI: 10.21893/2415-7538.2017-06-4-015

УДК 004.2

Ошлакова И.С.

**ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ
БИЗНЕС ЦЕЛЕЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СЕРВИСНОГО ТИПА***Владивостокский Государственный Университет Экономики и Сервиса,
Владивосток, ул.Гоголя 41, 690014*



Oshlakova I.S.

ORGANIZATIONAL CULTURE AS A TOOL FOR THE BUSINESS GOALS ACHIEVEMENT AT THE SERVICE TYPE COMPANIES

Vladivostok State University of Economics and Service,
Vladivostok, Gogolya 41, 690014

Аннотация. В статье раскрывается значение и значимость наличия организационной культуры в компании. Рассматриваются основные критерии грамотного построения организационной культуры в зависимости от ниши предприятия, а также конкретно рассматриваются предприятия сервисного типа, и наличие места организационной культуры в их структуре. В статье также описаны основные шаги по внедрению организационной культуры, которые включают: определение архетипа организации, осознание ее миссии, ценностей и подкрепление определенными регламентами. Также рассматриваются основные ошибки, благодаря которым организационная культура так и не стала инструментом повышения эффективности работы в ряде организаций.

Ключевые слова: организационная культура, архетип организации, Марк Маргерет, Кэрл Пирсон, миссия организации, управление персоналом.

Введение.

Все больше фирм осознают, что наличие производственных проблем, отсутствие лояльности среди сотрудников, низкая замотивированность к выполнению труда – все это непосредственно связано с плохо проработанной или даже отсутствием четко разработанной организационной культуры предприятия. Осознав это, управление начинает разработку и внедрение данного инструмента повышения эффективности предприятия, но зачастую сталкивается с массой вопросов и проблем, что чаще всего приводит к тому, что руководство полностью разочаровывается в данном методе. Таким образом встает вопрос - как выстроить по-настоящему работающую организационную культуру и внедрить ее на предприятии?

Понятие и особенности внедрения организационной культуры.

Для начала разберемся, что в принципе представляет из себя организационная культура, а также, с помощью каких методов, возможно разработать организационную культуру, которая идеально ляжет в основу определенного предприятия.

Стоит сразу сказать, что вокруг корпоративной культуры существует огромное количество «но», мало, кто на самом деле понимает, что это и как с этим работать, и еще большее количество руководителей пугает тот факт, что корпоративную культуру нельзя измерить и отследить, - во всяком случае, они так думают. Разберемся, что из этого правда.

Таким образом для начала нам необходимо ответить на ряд вопросов:

- как создается организационная культура, и с чего необходимо начинать ее разработку;
- какими инструментами мы можем пользоваться для того, чтобы превратить «фантом» корпоративной культуры в настоящий работающий



бизнес-инструмент;

- с какими трудностями мы можем столкнуться, осуществляя данный процесс.

С чего начать разработку корпоративной культуры.

Довольно часто можно столкнуться с тем фактом, что руководители стремятся создать корпоративную культуру только для того, чтобы все было «как у людей». Однако, стоит четко осознавать, что корпоративная культура – это не игрушка, а потому такой необоснованный подход вряд ли приживется среди персонала.

Зачастую процесс создания и внедрения организационной культуры происходит следующим образом: руководитель фирмы дает задание hr-менеджеру с формулировкой о создании организационной культуры. Далее менеджер идет на просторы интернета, находит несколько миссий других организаций этой или смежных ниш, производит скомпановку и пытается внедрить в данной компании. Как результат – такая организационная культура совершенно не будет работать, и саму технологию обозначат, как неработающую.

Что стоит учитывать, чтобы организационная культура все-таки приносила плоды?

- в первую очередь, не стоит начинать создание и внедрение организационной культуры, если руководитель компании не собирается принимать активное участие в разработке и контроле по ее внедрению.

- стоит учитывать, что создание, адаптированной под нужды данной компании, корпоративной культуры – процесс довольно длительный, а потому не может ограничиваться лишь созданием миссии, которая в большинстве случаев также не является полностью авторской.

- данной мероприятию также предполагает наличие определенных рисков: если руководство решило только «поиграться» в организационную культуру, то в случае потери контроля и допущения ошибок, сотрудники перестанут доверять руководству и их дальнейшим мероприятиям, направленным на развитие.

Использование соответствующих инструментов.

В качестве отправной точки создания полноценной организационной культуры можно использовать книгу Марка Маргерет и Кэррол Пирсон «Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов». Методология, описанная в данной книге, позволяет максимально глубоко оценить существующую в организации ситуацию и открывает доступ к уже готовым способам разработки организационной культуры. Определение архетипа – по сути главный вопрос, который стоит в начале проводимых мероприятий, и на ответ на этот вопрос обычно уходит не менее трех дней. Однако, по мере определения данной сущности, все остальные составляющие организационной культуры будут максимально логичны, а главное – аутентичны.

Следующий инструмент в создании максимально грамотной организационной культуры – ответ на вопрос о миссии организации и ее предназначении. Если архетип отвечает на вопрос «кто я», «какой я», то миссия позволяет ответить на вопрос «зачем».



Ценности – следующий уровень корпоративной культуры. Они позволяют ответить на вопрос, что для нас важно и чем мы руководствуемся в достижении целей.

Еще один немаловажный уровень – это убеждения. Именно на данном этапе мы формулируем и определяем, что мы будем говорить нашему персоналу и клиентам.

Регламенты – определяют манеру поведения в первую очередь сотрудников компании, а именно характеризуют, что принято, а что не принято в компании, обозначают, какие правила мы категорически не хотим нарушать.

Таким образом данные параметры помогают нам выделить следующие особенности организационной культуры:

- многоуровневость – чаще всего выделяют только три уровня: архетип, убеждения и ценности;
- многогранность, которая обеспечена наличием разных направлений деятельности.

Содержание организационной культуры в сфере услуг.

Говоря о сфере услуг, стоит отметить, что теория построения организационной культуры рассматривает сервисную культуру, основываясь на наличии и содержании определенных принципов и этических норм обслуживания клиентов.

Исходя из этого можно сказать, что культура обслуживания – это организационная культура сервисного типа, основанная на условиях выработки определенных умений и навыков, подкрепленная политикой предприятия и системой поощрения персонала.

В данный момент времени культуру обслуживания принято рассматривать, как саморазвивающийся и независимый организм, основанный на совокупности этических правил. Однако, цель данного блока – раскрыть это значение в гораздо более глубоком смысле и доказать, что культура обслуживания – это неотъемлемая часть, а скорее, даже этап развития общей культуры предприятия.

Основным фактором, исходя из которого, можно смело сказать, что культура обслуживания – лишь часть общей организационной культуры, является тот факт, что в принципе культура обслуживания существует на каждом предприятии в силу взаимодействия с клиентами на том или ином уровне. Однако, здесь можно выделить два уровня развития культуры обслуживания:

- высокая культура обслуживания – обеспечена таким поведением персонала, при котором они четко знают, как действовать в той или иной ситуации, и что конкретно от них ожидают клиенты. Такой вид культуры делает сотрудников целеустремленными и более лояльными к компании и руководству;
- низкая культура обслуживания чаще всего обусловлена направленностью скорее на производство, нежели на прямое взаимоотношение с клиентами, а потому руководство не сосредоточено на ее развитии.



Вывод.

Таким образом мы приходим к выводу, что культура обслуживания – это часть общей организационной культуры компании, а потому ее развитие строится на тех же факторах, что и развитие культуры общей. Единственное условие, которое необходимо учесть – это конкретные требования данной ниши, которые и обеспечивают характер данного вида сервиса.

Литература:

1 Марк Маргерет, Кэрол Пирсон «Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов» Пер. с англ. под ред. В. Домнина, А. Сухенко. — СПб.: Питер, 2005. — 336 е.

2 Статья Щербининой Д.А. – «Корпоративная культура как способ повышения эффективности работы сотрудников № 2» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/02/3875> [Дата обращения: 13.05.2017]

3 Статья Калинина В.В. – «К вопросу о модели управления на основе культуры» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2013/07/25665> [Дата обращения: 14.05.2017]

4 Статья Сажиной Е.А. – «Совершенствование организационной культуры на примере коммерческого предприятия Октябрь» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=17098> [Дата обращения: 14.05.2017]

5 Статья Демидовой Е.В.- «Организационная культура и ее влияние на организационную эффективность» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=15098> [Дата обращения: 14.05.2017]

Abstract

In this article we are going to talk about the meaning and significance of the organizational culture and its place in a company. We going to look closely at the main factors of the truthful organizational culture building no matter in which sphere this company works. We also going to look closely at the companies that chose a service type of business and will find the place of the organizational culture in it's full structure. In this article we also pay attention on the main steps you should make to get this business tool working and will find the main mistakes of the businessmen do that make their organizational culture nothing more than a toy that fails.

Key words: organizational culture, archetype of organization, Mark Margeret, Carol Pirson, mission of organization, human resources.

References:

1 A. (n.d.). Organizational culture as a way of effective level increasing. Retrieved May 13, 2017, from <http://ekonomika.snauka.ru/2014/02/3875>

2 F. L. (n.d.). Talking about the ruling model on the base of the cultural needs. Retrieved May 14, 2017, <http://web.snauka.ru/issues/2013/07/>

3 E. P. (n.d.). Changing the organizational culture on an example of «Oktyabr» company. Retrieved May 14, 2017, from <https://science-education.ru/ru/article/view?id=17098>

Статья отправлена: 27.05.2017 г.

© Ошлакова И.С.