

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ КАК АТТРИБУТ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

В статті досліджується філософсько-антропологічний зріз організаційної поведінки як одного з основних атрибутів корпоративної культури сучасної інноваційної організації. Автор доводить, що фундаментом організаційної поведінки є філософія самої корпоративної культури і всі її ціннісно-нормативні складові. Корпоративна культура містить в собі ідеали, принципи і цінності кожної окремого представника організації, а також установки, норми і правила, які є відображенням філософії всієї компанії.

Ключові слова: корпоративна культура, цінності, організаційна поведінка.

Дмитренко М. ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ КАК АТТРИБУТ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ.

В статье рассматривается философско-антропологический срез организационного поведения как одного из основных атрибутов корпоративной культуры современной инновационной организации. Автор доказывает, что фундаментом организационного поведения является философия корпоративной культуры и все ее ценностно-нормативные составляющие. Корпоративная культура содержит в себе идеалы, принципы и ценности каждого отдельного представителя организации, а также установки, нормы и правила, которые являются отражением философии всей компании.

Ключевые слова: корпоративная культура, ценности, организационное поведение.

M. Dmytrenko. THE ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AS AN ATTRIBUTE OF CORPORATIVE CULTURE.
This article researches philosophical-anthropological sphere of organizational behavior as a basic attribute of corporative culture. The author argues that the foundation of organizational behavior is the philosophy of corporative culture. The corporative culture comprises ideals, principles and values of each individual representative of the organization, as well as, standards and rules that are mapping the entire philosophy of the campaign.

Key words: corporative culture, values, organizational behavior.

В условиях становления и развития новой «постиндустриальной» парадигмы межкультурных экономических отношений предъявляются новые требования к деятельности современных организаций. В рыночной среде, в условиях информационных инноваций современные компании предрасположены к достаточно гибкой, но динамичной работе по созданию новых систем отношений, межкультурных стратегий и адекватных коммуникативно-поведенческих приоритетов собственного развития.

В поисках новых путей успешного функционирования современной организации, многие исследователи обращаются к феномену корпоративной культуры как к успешному административному контролю, основанному на совершенствовании управленческих структур и организационного поведения.

Целью данной статьи является исследование философско-антропологического среза организационного поведения как одного из основных атрибутов корпоративной культуры современной инновационной организации.

Прежде чем обратиться к феномену организационного поведения, необходимо идентифицировать такое понятие как корпоративная культура, которое в современной литературе приобретает множество трактовок. За основу толкований берется наличие разных факторов и проявлений, например: «корпоративная культура – это совокупность убеждений, отношений, норм поведения и ценностей, общих для всех сотрудников данной организации» [1, с. 138]; это «система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, свойственных данной компании, которые отражают ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, которая проявляется в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды» [2, с. 112]; или «корпоративная культура – специфическая, характерная для данной

корпорации система действий, связей, взаимодействий и отношений, которые осуществляются в рамках конкретной деятельности при определенном способе постановки и ведения дела» [5, с. 42). Один из исследователей корпоративной культуры Э. Шайн определяет ее как «набор приемов и правил решения проблемы внешней и внутренней интеграции работников, правил, которые оправдали себя в прошлом, и подтверждают свою актуальность в настоящем» [10, с. 24]. Анализируя приведенные трактовки, можно отметить, что как и многие другие современные понятия организационно-управленческих дисциплин, феномен корпоративной культуры не имеет универсального определения.

Известно, что родоначальником изучения корпоративизма и корпоративной культуры признан М. Вебер, который исследовал основы самоорганизации корпораций, взаимосвязь морально-этических принципов и социально-экономического благополучия отдельных корпоративных структур, а также разработал модель «рациональной организации свободного труда», требовавшей от работника строгой дисциплины, точности, ответственности и стабильности. В продолжении веберовской концепции Ф. Тейлор, А. Файоль создали монополярную модель промышленной организации производства индустриального общества, в которой доминировала жесткая иерархия предписанных ролей и статусов.

Современная организация как «дифференцированное и взаимно упорядоченное объединение индивидов и групп, совместно реализующих некоторые цели и действующих на основе определенных процедур и правил» — явление чрезвычайно сложное [9, С. 463]. Очевидно, что все организации, независимо от размера, формы и профессиональной специфики, состоят из индивидов и групп, в то же время сама организация как единое целое характеризуется уникальными особенностями. В настоящее время исследователями выделен целый ряд характеристик, который позволяет сравнивать организации между собой. К ним относятся: размер и структура, степень формализации, иерархические уровни, степень централизации, охват контролем. Важное влияние на организацию оказывает среда ее деятельности. Кроме того, организация, во многом определяя поведение своих членов, сама претерпевает изменения в результате влияния работников на ее деятельность, структуру и культуру.

Немаловажной трудностью в исследовании явления организации становится отрицание противоречивой природы организации, которая никогда не может быть абсолютно однородным образованием, и ее общая целенаправленность носит относительный характер. У каждого из ее членов в явной или скрытой форме, с большей или меньшей интенсивностью проявляется стремление к сопротивлению общей цели и следованию своим собственным индивидуальным целям. Именно это противоречие может являться важнейшим источником организационного развития. Иными словами, организация выступает как непрерывное, динамическое противоречие, в котором следование общей цели неизменно сопровождается стремлением ее членов действовать в соответствии со своими собственными целями и интересами, нередко прямо противоположными общим устремлениям. Чтобы стать общей целью, индивидуальная цель одного или нескольких человек должна получить устойчивое преимущество над целями других людей. Это возможно только в том случае, если цель одного из индивидов опирается на некую силу или процесс, способный обеспечивать ее главенство. Если такая сила отсутствует, самая продуктивная цель имеет мало шансов выделиться из множества бездарных целей. И, наоборот, самая абсурдная идея может небрежно отодвинуть в сторону множество великолепных планов, если она базируется на организационном процессе, обеспечивающем ее главенство. Процесс, способный придать какой-либо индивидуальной цели статус общей и сделать ее субъекта носителем общей организационной цели, в конечном счете, выступает главным условием создания организации и целостного организационного поведения.

Нужно отметить, что сегодня вклад в рассмотрение организации и организационного поведения во многом основан на отрицании привычного. До сих пор исследователи были более успешными в переосмыслении и доказательстве несостоятельности или недостаточности традиционных представлений о поведении в организациях. Примером этому могут служить исследования лидерства. Несмотря на многочисленные работы по этой теме, вряд ли можно говорить о создании общепризнанной теории лидерства. Тем не менее, уже известно довольно многое: например, то, что эффективный лидер не может быть «выведен» из определенного набора личностных характеристик, что демократический стиль руководства вовсе не обязательно эффективней авторитарного, или то, что поведение лидера в большей мере зависит от поведения подчиненных, чем наоборот. Если нельзя найти стиль лидерства, эффективный во всех организационных ситуациях, то нужно определить такой стиль поведения менеджера, который будет «работать» в большинстве ситуаций. При этом корпоративное организационное поведение может помочь каждому менеджеру сформировать свою систему координат для оценки поведения его коллег. Она способна помочь в установлении или возобновлении каналов обратной связи, адекватно информирующих людей о последствиях их поведения. Все это позволит им видеть и корректировать свое организационное поведение и ценности, а значит — совершенствоваться и расти.

В своей статье «Ценности как ключевой элемент организационной культуры» М. Сухорукова выделяет три основные формы существования организационных ценностей:

1) идеалы - выработанные руководством и разделяемые им обобщенные представления о совершенстве в различных проявлениях и сферах деятельности организации,

2) воплощение этих идеалов в деятельности и поведении сотрудников в рамках организации,

3) внутренние мотивационные структуры личности сотрудников организации, побуждающие к воплощению в своем поведении и деятельности корпоративных ценностных идеалов. [7, С.56].

Немаловажным уровнем организационного поведения можно считать вербально-лингвистический комплекс корпоративной культуры. Сюда относятся: внешний вид, язык, технология и продукты деятельности компании; деловое и межличностное общение, поведение сотрудников; внешние ритуалы, традиции, церемонии, своеобразная знаково-символическая составная организационной культуры. Отсюда, организационное поведение как атрибутивный элемент корпоративной культуры можно определить как организационно-психологическую и социально-культурную среду профессиональной деятельности людей, проявляющуюся на уровне отдельной личности, группы и организации в целом в особом виде норм, ценностей, в структуре мотивации и стандартах поведения, в стиле управления, организационно-управленческих процедурах.

В зависимости от того, в какой комбинации сочетаются главные составляющие основы поведения, специалисты выделяют четыре модели организационного поведения человека. 1) Первая модель организационного поведения - это преданный и дисциплинированный член организации. Такой человек полностью принимает все организационные ценности и нормы поведения, пытается вести себя таким образом, чтобы своими действиями никак не входило в противоречие с интересами организации, искренне старается быть дисциплинированным, выполнять свою роль полностью в соответствии с принятыми в организации нормами и формой поведения. Именно поэтому результаты действий такого человека в основном зависят от его личных возможностей и способностей и от того, насколько верно определено содержание его роли и функций в организации. 2) Вторая модель организационного поведения, условно называется «приспособленец». Такой человек не приемлет ценностей организации, однако старается вести себя, полностью следуя нормам и формам поведения, принятым в организации. Делая все исполнителем правильно, своевременно и по правилам, он может в любой

момент покинуть организацию или совершить действия, которые могут противоречить интересам организации - с легкостью покинет фирму, как только в другом месте ему предложат несколько лучшие условия. 3) Третьей моделью организационного поведения в литературе трактуется под названием «оригинал». Этот человек приемлет цели деятельности организации, но не приемлет существующие в ней традиции и нормы поведения. В данном случае человек может породить много трудностей во взаимоотношениях с коллегами и руководством, в коллективе он выглядит «белой вороной», оригиналом. Однако если руководство организации находит в себе силы отказаться от устоявшихся норм поведения применительно к отдельным сотрудникам и дать им свободу в выборе форм поведения, то они могут найти свое место в организации и приносить ей значительную пользу. К этому типу относится много талантливых людей креативного (творческого) склада, способных генерировать новые идеи и оригинальные решения. 4) Четвертая модель классифицируемого организационного поведения трактуется как «бунтарь». Такой индивид не приемлет ни норм поведения, ни ценностей организации. Это открытый мятежник, который все время входит в противоречие с организационным окружением и создает конфликтные ситуации. Очень часто «бунтари» своим поведением рожают множество проблем, которые существенно усложняют жизнь организации и даже наносят ей ущерб. Однако было бы неверно считать, что такой тип организационного поведения абсолютно неприемлем, и люди, ведущие себя таким образом, не нужны организации. Среди них также встречается много одаренных личностей, присутствие которых в организации приносит большую пользу, несмотря на все создаваемые ими неудобства.

Практика управления человеческими ресурсами и персоналом является очень важным элементом организационного поведения. Знания и навыки работников, их профессиональная компетенция, душевное состояние и установки, их обязанности, продуктивность и стремления, социализация и карьера, которую они себе делают как в организации, так и вне ее, отношения занятости и индустриальные отношения, в которые они вовлечены, — все это тесно взаимосвязано с организационными структурами и практикой. Следовательно, между теорией управления персоналом, исследованиями и организационным поведением существует очень тесная связь, их области во многом совпадают. Организационные явления и организационное поведение обычно можно объяснить лишь тогда, когда при объяснении учитывается человеческий фактор.

Фундаментом организационного поведения является философия самой корпоративной культуры, которая содержит в себе, с одной стороны, идеалы, принципы и ценности каждой отдельной представительницы организации, с другой, установки, нормы и правила, которые являются отображением философии всей компании, необходимые для решения конкретных целей, задач и выполнения целостной миссии кампании. Организационное поведение находит свое выражение в программных документах, сводах правил и норм поведения, этических кодексах, стандартах взаимоотношений как внутри организации, так и клиентами, партнерами. Сюда же относят мифы, истории и легенды, связанные с деятельностью организации или отдельных ее лидеров. Оказывая сильное эмоциональное влияние на служащих, они дают необходимые ориентиры для поступков, этические образцы поведения; позволяют хранить и крепить культурные ценности, быть их проповедниками.

Важную роль в решении базовых организационно-поведенческих противоречий имеет корпоративная культура, которая предполагает формирование общего культурного пространства, включающего ценности, нормы и поведенческие модели всех работников, и направленного на осуществление миссии организации, т. е. общей цели, осмысленной в ее широком социальном значении.

Литература: 1. Армстронг М. Основы менеджмента. Как стать лучшим руководителем. — Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. 2. Базаров Т. Ю., Еремина Б. Л. Управление персоналом. М.:

ЮНИТИ, 1998. 3.Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Вебер М. Избранные произведения. М.: 1990. 4.Ньюстром Дж. В., Дэвис К. Организационное поведение / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского - СПб.: 2000. 5.Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учебное пособие.– М.: Логос, 2002. 6.Резник Ю.М., Кравченко К.А. Сущность корпоративной культуры в современной организации // Управление персоналом. - 1998. - № 8- С. 63-65. 7.Сухорукова М. Ценности как ключевой элемент организационной культуры // Управление персоналом. – 2001. -№4.- С.56. 8.Управление - это наука и искусство: Файоль А., Эмерсон Г., Тэйлор Ф., Форд Г. - М., 1992. 9.Философский энциклопедический словарь. - М.: Советская энциклопедия, 1983. 10.Шайн Э. Х. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. - СПб: Питер, 2002. 11.Jaques E. The Changing Culture of Factory. - New York: Dryden Press, 1952.