

Свирская Ю.Н., студ. гр. 402 ФК и СКД
БГУКИ
Научный руководитель – Климук И.Я.,
кандидат педагогических наук, доцент

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ПОДХОДОВ К ФОРМИРОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ДЛЯ УЧРЕЖДЕНИЙ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ

В настоящее время для Беларуси всё более актуальными становятся вопросы построения эффективной организационной культуры в учреждениях социально-культурной сферы в связи с усилением роли кадровой политики как фактора конкурентного преимущества организаций, работающих в условиях современного рынка культурных товаров и услуг. Однако, мы не находим работ белорусских учёных, которые бы подробно освещали данную тему. На сегодняшний день понятие «корпоративная культура»¹ не достаточно прочно вошло в теорию социально-культурной деятельности и, по сути, не введено в документальную базу и практику различных учреждений культуры, а значимость и польза организационной культуры для более эффективного менеджмента в этой сфере недостаточно апробированы и оценены.

Наряду с этим, применение корпоративной культуры в таких сферах, как гостиничный и ресторанный бизнес, торговля, производство, банковское дело, программное обеспечение, IT-технологии, как показывает зарубежный опыт, оправдало себя и приводит к успешным итогам. Теория и практика управления персоналом достаточно результативно развиваются по таким проблемным векторам, как: *креативные методы подбора и особенности удержания персонала* (Д. Селезнев); *адаптация сотрудников к изменениям бизнес-среды* (М. Казарин, Ф.Пьюселик); *обучение и развитие персонала с учётом стойкой мотивации успешной деятельности* (Д. Мякушкин,

¹ В тексте данной статьи мы рассматриваем как максимально идентичные по своему содержанию понятия «организационная культура» и «корпоративная культура», вследствие чего сами термины используются в качестве синонимов.

А.Петренко); *внутренний рекрутинг, ротация команды и специфика межкультурной коммуникации* (А. Багракова, С.Белущенко, Т. Грушевицкая С.Пархоменко,); *управление карьерой профессионала, включая технологии сопровождения карьеры (карьерного коучинга, карьерного консультирования и карьерного тьюторинга)* (Н. Богдан, Е. Могилевкин,) и *методы стимулирования труда* (В. Крисанов, А. Новгородов, Н. Ягунова) [4; 5], т.д. Можно с уверенностью заметить, что реализация современной концепции кадровой политики с учётом специфики социально-культурной сферы нашей страны обеспечило бы успешное функционирование учреждений культуры Беларуси.

В научной литературе существует достаточно много трактовок понятия «корпоративная /организационная/ культура». На сегодняшний день эти термины не имеют универсального определения. В первоисточниках по данной проблематике представлены лишь разнообразные функциональные описания культурной области, которые всякий раз формулируются в зависимости от конкретных целей исследования. В результате анализа публикаций российских учёных [1; 2; 3; 4] нами создана таблица самых популярных из научно разработанных определений исследуемого понятия. Это позволяет ознакомиться с существующими подходами к формированию организационной культуры с целью дальнейшего внедрения в социально-культурную сферу.

Таблица 1. Обзор определений понятия «организационная культура».

<i>Т. Базаров</i>	<i>С. Занько</i>	<i>А. Карпов</i>	<i>Е. Юртайкин</i>	<i>Т. Персикова</i>
Сложный комплекс предложений, принимаемый всеми членами организации, который задаёт общие рамки поведения	Совокупность мер и мероприятий, принятых руководством, для создания корпоративной идентичности и лояльности членов организации, а	Совокупность норм и обычаев, правил и традиций, которые задаются субъектом власти и поддерживаются сотруд-	Целенаправленное формирование общих для всех сотрудников учреждения целей, ценностей и принципов поведения	Приобретенные смысловые системы, передаваемые посредством естественного языка и других символических средств, которые выполняют репрезентативные, директивные и аффективные функ-

	также для сильной мотивации к труду	никами учреждения		ции и способны создавать особое культуральное пространство
--	-------------------------------------	-------------------	--	--

В своём исследовании мы опираемся на концепции С. Занько и А. Персиковой [1; 3], вычлняя следующие базовые элементы и направления развития организационной (корпоративной) культуры:

- *корпоративное обучение* - позволяет повысить общий уровень квалификации работников учреждения, мотивировать сотрудников к повышению эффективности работы, а также приводит к конкурентному преимуществу для данной организации на рынке;
- *корпоративный спорт* - качественно новое течение, задачей которого является сплочение коллектива и повышение лояльности сотрудников;
- *корпоративные праздники* - эффективный способ построения системы внутриорганизационных коммуникаций и «проводники» базовых корпоративных ценностей и установок;
- *корпоративный стиль* (одежда, атрибутика) помогает придать внешнему облику сотрудников коллектива единообразие, создавая установку на порядок, организованность, стабильность и создание фирменного имиджа;
- *корпоративный кодекс* помогает наглядно представить основное содержание корпоративной культуры, донести до членов коллектива цель, миссию и основные направления деятельности организации, акцентируя ценностно-нормативную базу, что опосредованно информирует членов учреждения о специфике организации и значении для неё корпоративной культуры;
- *корпоративные тренинги, игры, семинары* способствуют профессиональному и личностному развитию каждого сотрудника, что в свою очередь благоприятно сказывается на функционировании самой организации в целом; позволяют членам коллектива стать сплоченной командой единомышленников; способствуют созданию благоприятной рабочей атмосферы.

В нашем понимании *организационная культура* - это уникальное средство, благодаря которому можно улучшить профессиональные кадры учреждений культуры без привлечения больших денежных средств, улучшить мотивацию сотрудников на повышение своих компетенций и профессионального роста.

В современных условиях формирование инновационного характера национальной экономической составляющей в области культуры предполагает изменение традиционных подходов к управлению организациями социально-культурной сферы, одним из основных способов достижения конкурентоспособности которых можно считать формирование организационной культуры. Поэтому важно обеспечить эффективность данного процесса с помощью комплекса мер, направленных на постоянное развитие компетенций сотрудников.

Внедрение организационной культуры в учреждения социально-культурной сферы позволит добиться лояльности сотрудников к руководству, положительного восприятия ими своего места в коллективе, сориентирует на ценности учреждения, повысит инициативность и продуктивность профессиональной деятельности. Полагаем, что корректно разработанные и апробированные стратегия и тактика организационной культуры приведут, в конечном счёте, к более успешному развитию как конкретных организаций, так и всей социально-культурной сферы Беларуси.

Список использованной литературы:

1. Занько, С.Н. Руководство персоналом организации / С.Н. Занько. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 161 с.
2. Карпов, А. В. Организационная культура в теории и практике отечественного менеджмента / А.В. Карпов. – М. : ЦЕНТРПОЛИГРАФФ, 2007. – 249 с.
3. Персикова, Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура / Т.Н. Персикова. — М.: Логос, 2002. — 224 с.

4. **Управление персоналом:** Учебник для вузов / Под ред. Тахира Юсуповича Базарова, Бориса Львовича Еремина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ, 2002. — 560 с.
5. Интернет-ресурс: <http://grebennikon.ru/cat-205-3-3.html/>.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ