

Секция «Менеджмент»

**Определение уровня корпоративной культуры АТП на основе ее восприятия разными категориями субъектов взаимодействия**

*Поединцева Карина Сергеевна*

*Студент*

*Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, Факультет управления и бизнеса, Харьков, Украина*

*E-mail: omyasaki8@gmail.com*

Эффективность деятельности любой организации в значительной мере определяется уровнем корпоративной культуры. Анализ последних исследований и публикаций показал, что большинство авторов [1-6] не уделяют достаточного внимания формированию методических подходов для оценки уровня корпоративной культуры на предприятии. Для всех исследованных методик различных авторов характерна узкая направленность оценки, работы лишены комплексности в оценке состояния культуры. Лишь отдельные авторы сделали попытку проведения комплексной оценки по направлениям или показателям, определив круг индикаторов по различным элементам проявления культуры.

В процессе деятельности возникает система действий и реакций восприятия между субъектами непосредственного окружения и самим АТП. Субъекты непосредственного окружения требуют от АТП соответствия их требованиям (например, клиенты ждут от АТП определенного уровня сервиса и фирменного стиля, удовлетворительного уровня цен, а это является результатом проявления господствующей на предприятии культуры), затем они получают результат в виде удовлетворения или неудовлетворения своих требований. Работники предприятия выдвигают требования в области условий труда, социального обеспечения, заработной платы, руководство предприятия требует дисциплины, высоких показателей труда, морального облика и т.д. Таким образом, корпоративная культура является результатом взаимодействия субъектов внешней и внутренней среды и для оценки ее уровня следует учитывать все эти категории. Автор предлагает проводить анализ на основе критерия восприятия корпоративной культуры со стороны разных категорий на предприятии. Этот показатель существенно отличается от существующих: во-первых, он позволяет охватить всех, кто создает и воспринимает корпоративную культуру, а, во-вторых, дает возможность через элементный состав оценить качество сложившейся культуры и степень ее восприятия. Именно через восприятие формируется отношение к корпоративной культуре, удовлетворение ее проявлениями или отчуждение.

Целесообразно выделить следующие группы элементов корпоративной культуры, на основе сфер их проявления и степени участия в них руководителей и воздействия, которые они оказывают на персонал и субъектов непосредственного окружения предприятия: ценности, философия, нормы, формы регулярного поведения, правила, организационный климат. Используя системный подход и логический анализ, предлагается показатель восприятия определять с помощью трех групп частных показателей, которые представлены ниже. Показатели восприятия корпоративной культуры со стороны руководителей:

1. Уровень разработки и внедрения ценностей в АТП;
2. Степень развития философии предприятия;

3. Схема разработки и внедрения норм в АТП;
4. Существующие виды и степень следования нормам поведения на предприятии;
5. Уровень развития правил в АТП;
6. Уровень развития и восприятия организационного климата.

Показатели восприятия корпоративной культуры со стороны подчиненных:

Показатели восприятия корпоративной культуры со стороны субъектов непосредственного окружения предприятия (поставщики, конкуренты, клиенты, контактные аудитории и посредники):

Сбор и обработка первичных данных проходит путем анкетирования по методике семантического дифференциала. Семантический дифференциал служит для качественного и количественного индексирования значений, смыслов с помощью двухполюсных шкал, задаваемых парами антонимичных прилагательных, между которыми расположены семь градаций степени вхождения того или иного слова в данное качество. Расчет показателей производится по заданной методике, в результате будет получено среднее значение восприятия, дисперсия и среднеквадратическое отклонение. Последние два показателя служат подтверждением действительности анкетирования, среднее значение восприятия по каждой категории будет использовано для построения профиля культуры в матрице.

Определение уровня корпоративной культуры на предприятии предлагается осуществлять на основании построения трехмерной матрицы, образованной основными предложенными направлениями: по оси  $X$  - уровень восприятия корпоративной культуры со стороны руководителей; по оси  $Y$  - уровень восприятия корпоративной культуры со стороны подчиненных ; а по оси  $Z$  - уровень восприятия корпоративной культуры со стороны субъектов непосредственного окружения (конкурентов, поставщиков, контактных аудиторий и т.д.). Пространство матрицы делится на высокий, средний и низкий уровни корпоративной культуры, которые формируют двадцать семь ячеек. В зависимости от того, в который из ячеек матрицы попадают полученные комплексные показатели, можно судить о том, какой уровень корпоративной культуры на АТП, и сравнить его с другими предприятиями.

В результате исследования был предложен методический подход к оценке уровня корпоративной культуры, который базируется на трехмерной матрице по показателям восприятия корпоративной культуры руководителями, подчиненными и субъектами непосредственного окружения предприятия. Предложенная методика позволяет не только оценить эффективность и состояние корпоративной культуры, а также определить уровень взаимоотношений АТП со своими сотрудниками и субъектами окружения в целом.

## Литература

1. 1. Армстронг М. Основы менеджмента. Как стать лучшим руководителем. Ростов-на-Дону: Феникс, 2007.- 410с.
2. 2. Молл Е.Г. Менеджмент. Организационное поведение: учебное пособие. М.: Финансы и управление, 2006.- 160 с.
3. 3. Шэйн Э.Х. Организационная культура и лидерство. СПб.: Питер, 2002.- 336 с.

4. 4. Cameron K., Quinine R. Diagnosing and changing of corporate culture. AP: Spb., 2001.-234с.
5. 5. Hofstede G. H. Cultural Constraints in Management Theories-Academy of Management Executive. С.: Retul, 2008.-346р..
6. 6. Handy The Changing Worlds of Organizations. HBSchool Press, 1998.-326р.

#### **Слова благодарности**

Спасибо Вам за возможность проверить себя и свои силы в написании научных тезисов. Это важно и интересно для молодых ученых, которые только делают первые шаги в научной деятельности.