

- створення умов для самореалізації медичних працівників;
- забезпечення взаємодії закладу охорони здоров'я з споживачами послуг, постачальниками, інвесторами і спонсорами через інформаційний простір тощо.

Використані джерела

1. Небилиця О.А. Особливості формування іміджу медичних закладів. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2014. Випуск 2. Частина 2. С. 110-113.
2. Ткаченко О. Імідж навчального закладу: поняття та сутність. URL: [irbis-nbuv.gov.ua > cgi-bin > irbis_nbuv > cgiirbis_64 > bdi_2016_1..](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64?bdi_2016_1..)
3. Бове К. Л. Имя и фирменный стиль. К.Л. Бове, У.Ф. Арнс. Современная реклама. 1995. № 5. С. 64-67.

Олександр ЖАБА

здобувач освітньо-професійної програми

«Менеджмент закладів охорони здоров'я» ТНЕУ

Науковий керівник – д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу Григорій МОНАСТИРСЬКИЙ

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

У сучасних умовах головними напрямками роботи з підвищення ефективності діяльності організацій є зміна ставлення працівників до праці, забезпечення її сучасної організації, творчої спрямованості. Саме реалізація цих напрямів створює передумови до розвитку організаційної культури.

Організація – це складний організм, основою життєвого потенціалу якого є організаційна культура. Вона не тільки відрізняє одну організацію від іншої, але і зумовлює успіх функціонування та виживання організації в довгостроковій перспективі. Можна сказати, що організаційна культура – це „душа” організації.

У літературі існують різні визначення поняття „організаційна культура”. Концепція організаційної культури не має єдиного тлумачення. Одні автори розуміють під організаційною культурою складну композицію важливих припущень, що бездоказово приймаються і поділяються членами колективу. Інші автори трактують організаційну культуру як філософію та ідеологію управління, ціннісні орієнтації, вірування, очікування, норми, що лежать в основі відносин та взаємодій як усередині організації, так і за її межами.

Більшість сучасних дослідників під культурою розуміють специфічний спосіб організації і розвитку людської життєдіяльності, представлений в продуктах матеріального та духовного виробництва, системі соціальних норм і духовних цінностей, сукупності відносин людей до природи, один до одного і до самих себе. Всі наведені визначення поняття організаційної культури не

суперечать один одному. Різниця полягає в тому, що одні даються у вузькому сенсі цього слова, інші – в широкому. Якнайповніше визначення поняття організаційної культури таке: „Організаційна культура – це набір найбільш важливих припущень, що приймаються членами організації та одержують вираз в цінностях, що заявляються організацією та визначають людям орієнтири їх поведінки та дій” [1]. Таким чином, організаційна культура – це сформована впродовж всієї історії організації сукупність прийомів та правил адаптації організації до вимог зовнішнього середовища і формування внутрішніх відносин між групами працівників. Організаційна культура концентрує в собі політику та ідеологію життєдіяльності організації, систему її пріоритетів, критерії мотивації та розподілу влади, характеристику соціальних цінностей та норм поведінки. Елементи організаційної культури є орієнтиром в ухваленні керівництвом організації управлінських рішень, налагодженні контролю за поведінкою та взаєминами співробітників при оцінці виробничих, господарських та соціальних ситуацій. В деяких дослідженнях організаційну культуру називають корпоративною культурою. Формування організаційної культури відбувається з часом, вона вбирає в себе досвід працівників, плоди їх виховання, враховує цілі та установки організації. Загальна мета організаційної культури – створення в організаціях здорового психологічного клімату для об’єднання працівників в єдиний колектив, що сповідує певні етичні, моральні та культурні цінності.

Організаційна культура має певний набір елементів – символи, цінності, вірування, припущення. Виокремлюють три рівні організаційної культури. Перший рівень, або поверхневий, включає, з одного боку, такі видимі зовнішні факти, як технології, архітектура, поведінка, мова, гасла, а з іншого – все те, що можна відчувати та сприймати за допомогою відчуттів людини. На цьому рівні речі і явища виявити легко, але не завжди їх можна розшифрувати та інтерпретувати в термінах організаційної культури. Другий рівень, або підповерхневий, передбачає вивчення цінностей і вірувань. Їх сприйняття носить свідомий характер та залежить від бажання людей. Третій рівень, або глибинний, включає базові припущення, що визначають поведінку людей: ставлення до природи, розуміння реальності часу та простору, ставлення до інших людей, до роботи. Без спеціального зосередження ці припущення важко усвідомити навіть самим членам організації. Дослідники організаційної культури часто обмежуються підповерхневим рівнем, оскільки на глибинному рівні виникають майже непереборні труднощі.

Властивості організаційної культури базуються на наступних істотних ознаках: загальність, неформальність, стійкість.

Загальність організаційної культури виражається в тому, що вона охоплює всі види дій, здійснюваних в організації. Поняття загальності має

подвійний зміст. З одного боку, організаційна культура – це форма, яку одержують дії в організації. Наприклад, організаційна культура може визначати певний порядок розробки стратегічних проблем або процедури найму нових працівників. З іншого – культура є не просто оболонкою життєдіяльності організації, але і її змістом, елементом, що визначає зміст діяльності. Культура сама по собі перетворюється на одну із стратегічних цілей організації. Певний порядок найму може бути підпорядкований необхідності найкращим чином адаптувати нових працівників до культури, що склалася в організації.

Неформальність організаційної культури визначається тим, що її функціонування практично не пов'язане з офіційними, встановленими у наказовому порядку правилами організаційного життя. Організаційна культура діє як би паралельно з формальним механізмом діяльності організації. Відмінною рисою організаційної культури в порівнянні з формальним механізмом є переважне використання усних, мовних форм комунікацій, а не письмової документації та інструкцій, як це прийнято у формальній системі.

Значення неформальних контактів визначається тим, що більше 90 % ділових рішень в сучасних організаціях ухвалюються не у формальній обстановці – на нарадах, зборах, а на неофіційних зустрічах, поза спеціально встановлених місць. Організаційну культуру не можна ототожнювати з будь-якими неформальними контактами в організації. До організаційної культури відносяться тільки ті неформальні контакти, які відповідають цінностям, прийнятим в рамках культури. Неформальність організаційної культури є причиною того, що параметри і результати дії культури практично неможливо виміряти за допомогою кількісних показників. Вони можуть бути виражені тільки якісним терміном „краще – гірше”.

Стійкість організаційної культури пов'язана з такою загальною властивістю культури, як традиційність її норм та інститутів. Становлення будь-якої організаційної культури вимагає тривалих зусиль з боку керівників. Проте, будучи сформованими, цінності культури та способи їх реалізації набувають характеру традицій і зберігають стійкість впродовж декількох поколінь працівників організації.

Використані джерела

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: учебник. М.: Гардарики, 2002. 704 с.
2. Кожушко Л.Ф., Кузнецова Т.О. Менеджмент організацій: теорія та практика: навч. посіб.; Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. Рівне : НУВГП, 2016. 396 с.
3. Монастирський Г.Л. Теорія організації: підручник. Тернопіль: ТНЕУ, 2014. 288 с.
4. Монастирський Г.Л., Августин Р.Р., Богач Ю.А. Навчально-методичний комплекс з дисципліни «Теорія організації»; Тернопільський національний економічний ун-т. Тернопіль: «Економічна думка» ТНЕУ, 2017. 98 с.