ПОКАЗНИКИ ОЦІНКИ ГЕНДЕРНО-ЧУТЛИВОЇ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Лошакова В. В., студентка
Науковий керівник: Федотова І. В., к. е. н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Актуальність теми полягає в тому, що не дивлячись на велику кількість наукових розробок світових та українських вчених, практична діяльність в автотранспортних підприємствах не забезпечена методичними розробками в сфері управління корпоративною культурою з урахуванням гендерного аспекту.

Існуючі методики діагностики організаційної культури мають суттєві відмінності, які полягають як у меті дослідження, так і в показниках та методах, які використовуються для досягнення поставлених цілей. Розглянемо методики, які є найбільш відомими, представлені в таблиці 1.

Таблиця 1 – Методики дослідження корпоративної культури

Назва методики	Характеристика
Методика «клінічного дослідження» Е. Шейна [1]	Дослідження проводиться зовнішнім консультантом, який діє як причетний спостерігач, спілкується з працівниками фірми і оцінює всі соціально-культурні процеси підприємства. Результати спостережень доповнюються контент-аналізом окремих внутрішніх документів. Дослідження проводиться в формі, яка визначається залежно від особливостей підприємства і цілей діагностики.
Методика OCAI К. Камерона та Р. Куїнна [2]	Дослідження проводиться на основі анкети, яка передбачає оцінку організаційної культури по 6 параметрам. На основі отриманих середніх показників будується профіль корпоративної культури, який відображає ступінь прояву кожного з чотирьох можливих типів культури: кланової, адхократичної, ієрархічної та ринкової.
Г. Хает та ін. Кваліметрична методика оцінки якості корпоративної культури [3]	Методика передбачає оцінку якості корпоративної культури з боку її здатності задовольняти вимоги керівників, співробітників, клієнтів і суспільства в цілому. З цією метою оцінюють такі показники: 1) значущість високих цінностей; 2) ефективність роботи і якість товарів і послуг; 3) задоволеність співробітників від роботи; 4) колективізм і повага до особистості; 5) якість зовнішніх проявів корпоративної культури; 6) здоровий спосіб життя.
Методика «Культурне поле» Т.О. Соломанідіної [4]	В рамках даної методики пропонується розглядати «культурне поле» організації, розмістивши всередині кола 4 сектора, що складаються з 4 параметрів, що характеризують організаційну культуру.
А.Є. Воронкова та ін. Методика індикативної оцінки корпоративної культури [5]	Методика передбачає здійснення оцінки корпоративної культури на основі індикаторів, що характеризують силу прояву культури в зовнішньому та внутрішньому середовищі. Результатом такої оцінки є визначення сили корпоративної культури. Методика також дає можливість здійснювати порівняльний аналіз.

В існуючих методиках практично не приділяється увага гендерному аспекту. Ефективна методика діагностики рівня гендерної чутливості корпоративної культури підприємств повинна давати всебічну оцінку стану врахування гендерної проблематики як в корпоративній культурі в цілому, так і на рівні конкретних робітників і колективів підприємства, а також враховувати вплив на культуру з боку зовнішнього середовища – основних партнерів підприємства.

В першу чергу в будь-якій методиці оцінки важливо визначити напрямки та показники оцінки корпоративної культури. Багато закордонних та вітчизняних авторів зробили припущення та заснували певні методики, показники та критерії. Багато з авторів приводять майже однакові показники, тільки під різними назвами, проте не існує чіткого показника чи критерію, який би зміг охопити усі явища та елементні складові культури на підприємстві.

В роботі пропонується проводити оцінку гендерної чутливості корпоративної культури на основі критерію гендерної чутливості існуючої на підприємстві культури з боку різних категорій середовищ. Цей показник суттєво відрізняється від існуючих: по-перше, він дає змогу охопити всіх, хто створює та сприймає корпоративну культуру, а, по-друге, дає змогу через елементний склад оцінити якість сформованої культури з точки зору гендерних аспектів та міру її сприйняття.

У попередній публікації [6] автором була запропонована структурна система корпоративної культури та виділені основні рівні та категорії середовищ: працівника, колективу, організації та міжорганізаційної мережі. Для визначення показників оцінки по кожному рівню, потрібно розглянуть сфери культури організації.

У горизонтальному вимірі Грошев І.В., Ємельянов П.В., Юр'єв В.М. [7, с.26-27] пропонують виділяти чотири сфери культури організації: економічну, соціально-психологічну, правову, політичну. Але політична і правова сфери корпоративної культури притаманні лише макрорівню. Крім того, в дослідженні не врахована духовна складова корпоративної культури.

Проаналізувавши підходи авторів, пропонуємо виділяти показники оцінки гендерної чутливості корпоративної культури по чотирьом напрямках: управлінсько-економічному, соціально-психологічному, нормативно-правовому, духовному. Запропоновані показники оцінки гендерної чутливості культури наведені в табл. 2.

Таблиця 2 – Показники оцінки гендерної чутливості корпоративної культури підприємства

Рівні культури	Сфери прояву гендерно-чутливої корпоративної культури			
	1. Управлінсько-економічна	2. Соціально-психологічна	3. Нормативно-правова	4. Духовна
1. Рівень працівника	1.1.1Ступінь задоволеності стилем керівництва та системою влади на основі гендерної специфіки 1.1.2 Ступінь задоволеності існуючими умовами праці з урахуванням гендерної специфіки	1.2.1Рівень задоволеності існуючим соціальним забезпеченням умов праці 1.2.2Рівень задоволеності існуючим психологічним кліматом стосовно гендерної специфіки	1.3.1Рівень схвалення та підтримки існуючих норм поведінки на підприємстві завдяки гендерним уявленням 1.3.2 Рівень схвалення та підтримки існуючої гендерної політики підприємства	1.4.1Рівень сприйняття існуючих на підприємстві цінностей залежно від гендерної ідентичності. 1.4.2 Рівень поділу гендерних поглядів в філософії підприємства
2. Рівень колективу	2.1.1 Рівень гендерної професійної сегрегації на нижчому та середньому рівні управління 2.1.2 Рівень системи заохочування працівників залежно від гендерної приналежності	2.2.1Рівень етичності поведінки персоналу підприємства стосовно різних гендерних груп. 2.2.2Ступінь прийнятності психологічного клімату різними гендерними групами	2.3.1Наявність розроблених кодексу та стандартів комунікацій між гендерними групами 2.3.2 Наявність розроблених норм та етики поведінки для розвитку гендерних взаємин.	2.4.1 Ступінь поділу ціннісних орієнтацій підприємства стосовно гендерного партнерства 2.4.2 Ступінь задоволення культурних потреб з точки зору гендерного аспекту
3.Рівень організації	3.1.1 Рівень організації трудових відносин, засобів та умов праці з урахуванням гендерної ознаки 3.1.2 Рівень гендерної симетрії на підприємстві.	3.2.1 Рівень гендерної дискримінації при управлінні персоналом. 3.2.2 Рівень інтеграції, адаптації та можливості кар'єрного зростання без поділу на гендерну ознаку	3.3.1Рівеньрозробки гендерної політики на підприємстві 3.3.2 Рівень розробки програми гендерного партнерства на підприємстві	3.4.1 Рівень розробки та впровадження цінностей стосовно формування гендерного партнерства 3.4.2 Ступінь врахування гендерних аспектів при формуванні філософії та місії підприємства
4. Рівень міжорганізаційної мережі	4.1.1 Рівень врахування гендерної специфіки при формуванні взаємин з зовнішніми партнерами. 4.1.2 Рівень гендерної професійної сегрегації на вищому рівні управління	4.2.1 Рівень підтримки репутації та іміджу в сфері гендерної рівності 4.2.2 Рівень формування етичної корпоративної культури, що враховує гендерні аспекти	4.3.1 Рівень відповідності розроблених норм, стандартів, кодексів вітчизняному та міжнародному законодавству в сфері гендерної рівності 4.3.2 Рівень відображення та документування гендерної специфіки при формування міжорганізаційних взаємин	4.4.1 Рівень впровадження цінностей гендерної рівності в суспільство та на підприємствах 4.4.2 Рівень впливу на формування світогляду робітників та суспільства щодо гендерної проблематики

Показники, що відображають управлінсько-економічну сферу культури організації враховують результат її економічної поведінки, а в якості складових елементів розглядаються стиль управління, умови праці, організація трудових відносин та інше, з точку зору гендерних аспектів. Соціально-психологічна складова відображає механізм мислення співробітників, їх ставлення до існуючого психологічного клімату, етичності, можливостей інтеграції та адаптації в організації. Також запропоновано враховувати нормативну-правову сферу культури, щоб можливо було відслідкувати, наскільки документально оформлені та впроваджені в політику та культуру підприємства законодавчі акти в сфері гендерної рівності. Духовна складова відображає рівень поділення співробітниками та іншими партнерами цінностей та філософії гендерного партнерства.

Таким чином, запропоновані показники оцінки охоплюють сприйняття гендерної чутливості корпоративної культури зовнішнього та внутрішнього середовища по притаманним саме їм параметрам та прояву елементів.

Література.

1. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство: Пер. с англ. / Э.Х. Шейн. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.

2. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры : Пер. с англ. / К. Камерон, Р. Куинн. – СПб.: Питер, 2001. – 320 с.

3. Гриньова О. Міцний фундамент організаційної культури / О. Гриньова // Управління персоналом. – 2012. – № 12 (231). – С. 12–16.

4. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании / Т.О. Соломанидина. – М.: ООО «Журнал «Управление персоналом», 2003. – 456 с.

5. Воронкова А.Е. Корпорації: управління і культура / А.Е. Воронкова, М.М. Бабяк, Е.Н. Коренєв, І.В. Мажура. – Дрогобич: Вимір, 2006. – 376 с.

6. Лошакова В.В. Формування системи корпоративної культури з урахуванням гендерного аспекту / В.В. Лошакова // Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту на підприємствах України: Збірник матер. ІІІ Всеукр. наук.-практ. конф. молодих учених, аспірантів та студентів. – 2017. – С. 238-241.

7. Грошев И.В. Организационная культура / И.В. Грошев, П.В. Емельянов / В.М. Юрьев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 288 с.