

PSYCHOLOGICAL SCIENCES

PECULIARITIES OF CORPORATE CULTURE IN SMALL ORGANISATIONS

ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В МАЛИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Oksana Gassab¹

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-318-7-13>

Корпоративна культура є важливим елементом будь-якої організації, незалежно від її розміру. У малих організаціях, корпоративна культура може мати особливу важливість, оскільки кожен працівник може мати значний вплив на неї, бути творцем і носієм корпоративної культури одночасно.

Корпоративна культура має свої особливості. Основні характеристики корпоративної культури в малих організаціях можуть включати:

1. Персоналізований підхід. У малих організаціях керівники можуть звернути більше уваги на індивідуальні потреби працівників та налагодити більш тісний контакт з ними.

2. Гнучкість та швидкість реакції на зміни. У малих організаціях зазвичай більш швидко впроваджуються зміни та нововведення, оскільки комунікація між працівниками та керівниками є більш прямою та безпосередньою.

3. Командний дух. У малих організаціях можуть розвиватися дуже сильні командні зв'язки між працівниками, які забезпечують співпрацю та підтримку один одного.

4. Підтримка балансу між роботою та особистим життям. У малих організаціях може бути більша гнучкість в графіку роботи та наданні персональних днів відпочинку, що допомагає підтримувати баланс між роботою та особистим життям.

5. Підтримка інновацій. У малих організаціях керівники можуть бути більш відкриті до інноваційних ідей своїх працівників та швидше їх реалізовувати [2, с. 25].

Оскільки малі організації зазвичай мають меншу кількість працівників та менший бюджет, вони можуть мати обмежені матеріальні ресурси на

¹ National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Ukraine

підтримку корпоративної культури. Але це не заважає створенню позитивної та здорової корпоративної культури, що допоможе зберегти та залучити талановитих працівників.

Процес творення та інтеграції корпоративної культури є складним і тривалим у різних за величиною компаніях. Для того, щоб створити корпоративну культуру в малих організаціях, можуть використовуватися наступні підходи:

- створення місії, цінностей та стандартів організації. Важливо, щоб керівники встановили місію, цінності та стандарти організації, щоб працівники мали чітке розуміння того, що очікується від них;

- спільні заходи та розваги. Важливо створювати спільний час для працівників, де вони можуть познайомитися один з одним поза робочим місцем. Це може бути спільний обід, турнір зі спорту або корпоративна вечірка [1, с. 160];

- залучення працівників до прийняття рішень. Керівники можуть залучати працівників до прийняття рішень, щоб вони відчували себе частинами команди та були більш залучені до діяльності організації;

- навчання та розвиток. Важливо підтримувати навчання та розвиток працівників, щоб вони могли розвиватися та зростати в організації. В компанії варто організувати обов'язкове навчання для усіх працівників, а також давати можливість кожному обирати варіанти свого професійного вдосконалення;

- розповсюдження позитивного настрою. Керівники можуть створювати позитивну атмосферу на робочому місці, нагадуючи працівникам про важливість їхньої роботи та виявляючи вдячність за їхній внесок в організацію. Це може включати слова подяки, нагороди, відзнаки та інші форми визнання. Тобто це матеріальна та не матеріальна мотивація в організації;

- забезпечення чесної та відкритої комунікації. Важливо створювати комунікаційну культуру, в якій працівники можуть відкрито обговорювати свої ідеї, проблеми та пропозиції з керівництвом. Така відкритість допомагає створювати відчуття довіри та співпраці в команді;

- залучення до соціальних проектів. Корпоративна відповідальність може бути важливим елементом корпоративної культури, особливо в малих організаціях, які можуть мати міцні зв'язки зі своєю громадою. Залучення працівників до соціальних проектів та благодійних заходів може стати сильним фактором об'єднання команди та сприяти розвитку позитивної корпоративної культури. Корпоративна соціальна відповідальність властива великим організаціям, але малі організації можуть реалізовувати локальні соціальні проекти [3, с. 42].

Важливо також зазначити, що корпоративна культура в малих організаціях повинна бути пристосована до конкретних потреб та характеристик організації. Немає універсального рішення для створення корпоративної культури, що підходить для всіх малих організацій. Кожна організація має свої унікальні особливості, що потребують індивідуального підходу та визначення власної корпоративної культури.

У організаційній психології поняття «малої організації» зазвичай відноситься до компаній або підприємств, які мають невеликий розмір, обмежений бюджет та малу кількість співробітників. Зазвичай це організації з менше, ніж 50 співробітників, хоча точна кількість може відрізнятись залежно від контексту та країни.

Малі організації мають свої особливості, які відрізняють їх від більших організацій. Наприклад, вони зазвичай мають більш просту структуру, менший рівень бюрократії та більшу гнучкість. Також вони можуть мати більш простий процес прийняття рішень, а також більш прямий особистий контакт між керівником та співробітниками.

Організаційні психологи вивчають різні аспекти малої організації, такі як комунікація, лідерство, мотивація та згуртування команди. Їх дослідження можуть допомогти керівникам малих організацій краще розуміти їхніх співробітників та створювати ефективніші та успішніші команди.

Корпоративна культура в малій організації може бути корисна з багатьох причин: по-перше, корпоративна культура може створити спільну ідентичність та згуртувати команду. В малих організаціях, де співробітників мало, створення спільної ідентичності може бути особливо важливим для створення продуктивного та сприятливого робочого середовища. По-друге, корпоративна культура може стати механізмом передачі цінностей та норм, які підтримуються організацією. У малій організації, де зазвичай немає багатьох формальних структур та процедур, цінності та норми можуть бути передані через корпоративну культуру. По-третє, корпоративна культура може допомогти залучати та зберігати талановитих співробітників. Якщо мала організація має прогресивну корпоративну культуру, то це може бути привабливо для потенційних працівників. По-четверте, корпоративна культура може допомогти встановити та підтримувати високі стандарти поведінки та етики. В малій організації, де співробітники можуть мати прямий контакт з керівництвом, корпоративна культура може допомогти утримати високі моральні стандарти та етичні принципи.

Отже, корпоративна культура може мати багато позитивних впливів на малу організацію, від створення спільної ідентичності та згуртування команди до залучення талановитих співробітників та встановлення

високих стандартів етики та поведінки. Проте, для досягнення цих позитивних результатів необхідно, щоб корпоративна культура була ретельно пророблена та зрозуміла для всіх співробітників.

Корпоративна культура важлива і для малих організацій, якщо вона ретельно пророблена, реалістична та прийнята всіма співробітниками. Вона може створити сприятливе робоче середовище, згуртувати команду та допомогти встановити високі моральні та етичні стандарти серед співробітників, що в свою чергу може позитивно відобразитись на роботі організації та її репутації.

Крім того, корпоративна культура може допомогти малим організаціям залучати та зберігати талановитих співробітників. Коли компанія має сильну корпоративну культуру, це стає однією з ключових переваг при привабленні та утриманні кваліфікованого персоналу. Співробітники більш схильні працювати в компанії, де вони почуваються комфортно та відчувають, що їхні цінності та інтереси співпадають з цінностями організації.

Нарешті, корпоративна культура може допомогти малим організаціям розвиватись та досягати поставлених цілей. Коли у компанії панує спільна культура, співробітники працюють як єдиний організм, що може дозволити досягати кращих результатів та розвиватись відповідно до стратегії компанії.

Список використаних джерел:

1. Виходець О. М. Соціальні комунікації в культурі української організації : монографія. Одеса : Олтех, 2010. 285 с.
2. Захарчин Г. М., Любомудрова Н. П., Винничук Р. О., Смолінська Н. В. Корпоративна культура : навчальний посібник. Львів : «Новий Світ – 2000», 2011. 342 с.
3. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність : навч. посіб. Київ : Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.