

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ

Михайлюк Н. В.

*старший викладач кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
пр. Науки, 9-А, Харків, Україна
orcid.org/0000-0003-3377-2229
mnv_fr@ukr.net*

Баласанян О. Д.

*старший викладач кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
пр. Науки, 9-А, Харків, Україна
orcid.org/0000-0002-0622-3964
elenabalasianian@gmail.com*

Гутнікова Т. Ю.

*кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри мовної підготовки № 2
Навчально-науковий інститут міжнародної освіти
Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця
майд. Свободи, 4, Харків, Україна
orcid.org/0000-0001-8792-2056
tata.gutnikova@gmail.com*

Ключові слова: *організаційна сфера, ділові партнери, філософія організації, неформальне і формальне спілкування, принципи ділового спілкування.*

Статтю присвячено аналізу одного з видів професійної культури майбутнього бакалавра банківської справи – організаційній культурі. У процесі навчання в закладі вищої освіти у студентів мають бути сформовані основи професійної культури. Професійна культура – досить складне явище, яке поєднує в собі професіоналізм та майстерність фахівця, широкий професійний кругозір, високі моральні й інтелектуальні якості та певні якості особистості (самостійність, вміння працювати в команді, відповідальність, творча активність тощо). Організаційна культура, як один із видів професійної культури, відображає процес організації роботи, взаємодії та спілкування людей у колективі, а також організацію й управління відносинами з діловими партнерами. Отже, поведінка людини в колективі прямо або опосередковано впливає на поведінку інших людей і колективу загалом. Відзначено, що в організаційній сфері поняття «культура» можна визначити як набір вимог, яких повинні дотримуватися члени установи, що відображаються в заявлених організацією цінностях, задають орієнтири дій, поведінки в різних ситуаціях професійної діяльності. У результаті дослідження були сформульовані такі елементи організаційної культури: філософія організації, кодекс честі організації, цінності, легенди, традиції й ритуали, символи могутності підприємства, імідж, організаційний клімат, правила, форми поведінки, норми. Доведено, що взаємне вивчення менеджерами культури партнерів має велике значення для підвищення ефективності їхньої взаємодії, оскільки знання культури надає можливість використовувати додаткові резерви впорядкування індивідуальної та групової поведінки людей і

прогнозувати її. Аналіз досліджень показав, що організаційна культура партнерів пізнається, розвивається й реалізується через спілкування. В узагальненому вигляді розрізняють неформальне й формальне спілкування. У результаті дослідження було доведено, що свідоме опанування принципів ділового спілкування та правильне їх використання підвищує ефективність ділових контактів, а тому й ефективність роботи установ, зокрема банківських.

ORGANIZATIONAL CULTURE AS A COMPONENT OF THE PROFESSIONAL CULTURE OF THE FUTURE BACHELORS OF BANKING

Mikhailyuk N. V.

*Senior Lecturer at the Department of Foreign Languages and Cross-cultural Communication
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics
Nauki ave., 9-A, Kharkiv, Ukraine
orcid.org/0000-0003-3377-2229
mnv_fr@ukr.net*

Balasanian O. D.

*Senior Lecturer at the Department of Foreign Languages and Cross-cultural Communication
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics
Nauki Ave., 9-A, Kharkiv, Ukraine
orcid.org/0000-0002-0622-3964
elenabalasanian@gmail.com*

Gutnikova T. Yu.

*Ph. D. of Philological Sciences,
Senior Lecturer at the Department of Language Training № 2
Institute of International Education for study and research
of V. N. Karazin Kharkiv National University
Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine
orcid.org/0000-0001-8792-2056
tata.gutnikova@gmail.com*

Key words: *organizational sphere, business partners, philosophy of organization, informal and formal communication, principles of business communication.*

The article is devoted to the analysis of one of the types of professional culture of the future bachelor of banking – organizational culture. In the process of studying in a higher education institution, students must form the foundations of professional culture. Professional culture is a rather complex phenomenon that combines the professionalism and skill of a specialist, a broad professional outlook, high moral and intellectual qualities and certain personality traits (independence, ability to work in a team, responsibility, creativity, etc.). Organizational culture, as one of the types of professional culture, reflects the process of organizing work, interaction and communication of people in the team, as well as the organization and management of relations with business partners. Thus, human behavior in the team directly or indirectly affects the behavior of other people and the team as a whole. It is noted that in the organizational sphere, the concept of “culture” can be defined as a set of requirements that must be met by members of the institution, which are reflected in the values declared by the organization, set benchmarks, behavior in different situations of professional activity. As a result of research, the

following elements of organizational culture were formulated: philosophy of the organization, the code of honor of the organization, values, legends, traditions and rituals, symbols of power of the enterprise, image, organizational climate, rules, forms of behavior, norms. It is proved that mutual study by partners of cultural managers of partners is important for increase of efficiency of their interaction as knowledge of culture gives the chance to use additional reserves of an order of individual and group behavior of people and to predict it. Analysis of research has shown that the organizational culture of partners is known, developed and implemented through communication. In a generalized form, there are informal and formal communication. As a result of the study, it was proved that the conscious mastery of the principles of business communication and their proper use increases the effectiveness of business contacts, and therefore the efficiency of institutions, including banking.

Постановка проблеми. Основи професійної культури повинні бути сформовані у студентів ще під час навчання в закладі вищої освіти, адже соціум потребує фахівців, здатних практично вирішувати поставлені перед ними життєві та професійні проблеми. У зв'язку із цим особливий акцент робиться на питаннях підготовки бакалаврів банківської справи, оскільки діяльність працівника банку вимагає значних моральних, фізичних та інтелектуальних затрат, великої віддачі своїй справі, а також високого рівня сформованості професійної культури. З метою аналізу формування професійної культури майбутніх бакалаврів банківської справи проведений аналіз видів професійної культури. Питання організаційної культури, як одного з видів професійної культури, висвітлювалось в роботах багатьох науковців: М. Дороніної, А. Дороніна, М. Пришак, О. Залюбівської, О. Слободянюк, Г. Яворської, В. Підсичного й інших. Але в сучасних наукових дослідженнях не досить чітко проаналізований зв'язок організаційної культури з діловим спілкуванням.

Мета статті. Головна ідея статті – проаналізувати поняття організаційної культури, виявити її елементи, дослідити функції культури в управлінні відносинами з діловими партнерами, показати зв'язок організаційної культури з діловим спілкуванням.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження змісту професійної культури майбутніх бакалаврів банківської справи дає нам можливість виокремити такі види професійної культури фахівців банківської справи [3, с. 14], як:

- організаційна культура;
- культура спілкування;
- корпоративна культура;
- культура мовлення;
- етична культура.

Одним із чинників надійності ділових відносин у банківській сфері є *організаційна культура*, ефективне спілкування з діловими партнерами. Будь-яке підприємство необхідно розглядати не

тільки як економічну, але і як соціальну систему – комплекс відносин, що виникають у результаті взаємодії співробітників підприємства один з одним і з навколишнім світом. У цьому складному комплексі для менеджера набувають великого значення два моменти: 1) поведінка людини в колективі прямо або опосередковано впливає на поведінку інших людей і колективу загалом; 2) колектив – це завжди відкрита система, у якій керівництво має підтримувати динамічну соціальну рівновагу через організацію й управління відносинами з діловими партнерами.

В організаційній сфері поняття «культура» можна визначити як набір вимог, яких повинні дотримуватися члени установи, що відображаються в заявлених організацією цінностях, задають орієнтири дій, поведінки в різних ситуаціях професійної діяльності.

Прогресивна роль культури будь-якої соціальної групи полягає в забезпеченні її зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції. Менеджери досягають її через управління поведінкою персоналу. За результатами аналізу організаційної культури було визначено її елементи, які наведені в таблиці 1 [3, с. 15].

Функції культури в управлінні відносинами з діловими партнерами [3, с. 14]:

– визначення цінностей, переконань, етичних норм, традицій, принципів, що сприймаються партнерами як еталонні орієнтири поведінки та взаємодії;

– упорядкування і забезпечення надійності й ефективності зусиль партнерів для вирішення професійних проблем;

– формування в партнерів упевненості через відчуття довіри у відносинах із партнером, узгодженість інтересів; зняття тривоги за майбутнє;

– спрощення управління відносинами з партнерами через розвиток взаємодопомоги на основі взаємної вигоди і створення позитивного іміджу;

– забезпечення прогностичності поведінки партнерів і бажання взаємодіяти.

Взаємне вивчення менеджерами культури партнерів має велике значення для підвищення ефективності їхньої взаємодії, оскільки знання культури надає можливість використовувати додаткові резерви впорядкування індивідуальної та групової поведінки людей і прогнозувати її.

Організаційна культура партнерів пізнається, розвивається і реалізується через спілкування. Спілкування – складний процес взаємодії людей, що полягає в обміні інформацією пізнавального або афективно-оцінного характеру, а також у сприйнятті й розумінні партнерами один одного. Він здійснюється за допомогою засобів мовного та немовного впливу з метою досягнення змін у пізнавальній, мотиваційній, емоційній і поведінковій сферах осіб, які беруть участь у спілкуванні [3, с. 16].

В узагальненому вигляді розрізняють неформальне й формальне спілкування. Перше більш суб'єктивне, не регламентоване, його мета і характер багато в чому визначаються особистими взаєминами людей (мати – дитина, пасажир – пасажир). Формальне спілкування зумовлене соціальними функціями людини, регламентоване за формою і змістом (керівник – підлеглий, пасажир – контролер).

Ділове спілкування належить до формального, здійснюється відповідно до встановлених правил та спрямоване на встановлення контактів і під-

тримку зв'язків між представниками різних зацікавлених у спільній діяльності організацій.

Партнери під час ділового спілкування намагаються впливати один на одного або змінити ситуацію, що склалася. Ділове спілкування завжди орієнтовано на досягнення певного результату. За оптимального результату ділового спілкування кожний його учасник усвідомить, що він одержав вигоду порівняно з вихідною ситуацією [3, с. 17].

Ділове спілкування визначають як вид спілкування, метою якого є організація й оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності, де на першому місці стоять інтереси справи, а не конкретних співрозмовників. Ділове спілкування є специфічною формою контактів і взаємодії людей, які є представниками певної організації, установи, компанії. Воно охоплює обмін інформацією, пропозиціями, вимогами, поглядами, мотивацією з метою розв'язання конкретних проблем як усередині організації, так і за її межами, а також укладення контрактів, договорів, угод чи встановлення інших відносин між підприємствами, фірмами, організаціями [6].

Ділове спілкування включає в себе такі аспекти, як: маркетинг, бренд-менеджмент, відносини із клієнтами, поведінка споживача, реклама, зв'язки із громадськістю, корпоративне спілкування, залучення населення, управління репу-

Таблиця 1

Елементи організаційної культури

Елементи	Зміст
Філософія організації	Філософія організації – основа світогляду фірми, колективної свідомості організації, фундаментальні визначальні ідеї, принципи погляди на навколишній світ і себе в ньому.
Кодекс честі організації	Кодекс є внутрішньокорпоративним документом, що містить основні принципи, яких підприємство зобов'язується дотримуватися у відносинах із власним персоналом, зовнішніми контрагентами, державою і працівниками.
Цінності	Цінності є ядром організаційної культури. До цінностей організації можна віднести такі властивості її персоналу, як новаторство, ініціативність, розвиток творчих здібностей; призначення організації та її імідж (високий рівень технології і якості, лідерство у своїй галузі, відданість своїй професії тощо).
Легенди	Історії, які передаються з уст до уст співробітниками організації.
Традиції та ритуали	Повторювана послідовність діяльності в різних підрозділах підприємства, що дає відповідь на такі питання: «Які поставлені цілі найбільш важливі?», «Які люди найцінніші для підприємства?» тощо.
Символи могутності підприємства	Зовнішні прояви сили підприємства, до яких належать: розмір і розташування офісів, престижне меблювання, стиль одягу і презентабельність співробітників.
Імідж	Образ, враження. Образ підприємства створюють люди, які там працюють, їхня кваліфікація, відповідальність, уміння працювати з партнерами і клієнтами.
Організаційний клімат	Загальні характеристики стилю спілкування співробітників один з одним, форми поведінки співробітників у стосунках із клієнтами й іншими сторонніми особами.
Правила	Стандарти поведінки персоналу. Знову прийняті на роботу співробітники повинні їх засвоїти, щоб стати повноправними членами організації.
Форми поведінки	Спільна термінологія, ритуали для прояву пошани або демонстрації прийнятої поведінки.
Норми	Найявні стандарти поведінки, які визначають ставлення до роботи: «Не треба працювати дуже багато й не треба працювати дуже мало. Треба працювати результативно».

тацією, міжособистісне спілкування, залучення співробітників та керування подіями.

Медіаканали для ділового спілкування включають інтернет, друковані засоби масової інформації, радіо, телебачення, довкілля та передачу інформації. Є такі форми реалізації ділового спілкування:

- вебкомунікація – для кращого і більш досконалого спілкування в будь-який час;
- відеозв'язок, який дозволяє людям у різних місцях проводити інтерактивні наради;
- електронні повідомлення, які забезпечують миттєве письмове спілкування по всьому світі;
- звіти, яким належить важливе місце в документуванні будь-якого відділу;
- презентації – дуже популярний спосіб спілкування для всіх типів організацій, зазвичай з допомогою аудіовізуальних матеріалів, як-от копії доповідей або матеріалів, підготовлених у Microsoft PowerPoint або Adobe Flash;
- телефонні наради, які дозволяють спілкування на відстані;
- форуми, які дозволяють людям миттєво розміщувати інформацію в централізованому місці [2].

Види ділового спілкування:

1. Вербальне – один із видів спілкування, який передбачає використання слів. Вербальне спілкування може бути *усним*, коли використовується розмовна мова (розмови між людьми, телефоном, запис мови на різні носії) і *письмовим* (листи, записи, бланки, використання електронної пошти).

2. Невербальне – це спосіб спілкування, у якому переважно використовується мова тіла, фізичні жести як засіб спілкування. В основі невербальної комунікації лежить інформація, послана відправником без використання слів, замість яких застосовуються будь-які інші символи. До основних функцій невербальної комунікації відносять: доповнення і заміщення промови, відображення емоційних станів партнерів по комунікативному процесу.

3. Письмове – вид спілкування, який передбачає тільки письмові форми. Письмові форми спілкування потребують системного, логічно пов'язаного викладу, особливої продуманості, плановості, усвідомленості. У письмовому спілкуванні все має бути зрозумілим суто з його власного смислового змісту, з його контексту [1].

4. Робоче – спосіб спілкування, який регламентує систему робочих відносин, пов'язаних з ієрархією. Особливо часто застосовується під час прийому на роботу. Робоче спілкування – це система службового підпорядкування молодших за посадою – старшим. Це правила поведінки з колегами, виконання завдань, поставлених керівником, взяття на себе певної ролі, повага того, хто обіймає вищу посаду [7].

5. Електронне – сучасний спосіб спілкування, який включає електронні та нові технології для спілкування, як-от телеконференції, електронні повідомлення тощо (табл. 2).

6. Командне – одна з форм спілкування, яка проявляється в командній роботі та співпраці. Команда – це спеціально підібрана група людей для об'єднання їхніх зусиль, спрямованих на розв'язання проблеми чи спільне виконання важливого завдання [4].

Можна стверджувати, що свідоме опанування принципів ділового спілкування і правильне їх використання підвищує ефективність ділових контактів, а тому й ефективність роботи установ, зокрема банківських. Якщо ділове спілкування проводиться партнерами з урахуванням певних перевірених практикою принципів, то їм легко усвідомити справжню мету, інтерес кожного, вплинути на психологічний клімат переговорів. Висока культура сприяє виникненню деякої гармонічної сукупності суб'єктів, єдиного фонду думок та почуттів, що сприяє досягненню конструктивного результату, створенню атмосфери співпраці, допомагає встановити стосунки для

Таблиця 2

Види електронного спілкування

Телеконференція	Вид заходу, у якому групова комунікація здійснюється між територіально розподіленими учасниками з допомогою технічних засобів. Приклади: телефонні конференції, аудіоконференції, чат, поштові конференції, відеоконференції тощо.
Відеоконференція	Телекомунікаційна технологія, що забезпечує одночасну двосторонню передачу, обробку, перетворення та представлення інтерактивної інформації на відстані в режимі реального часу з допомогою апаратно-програмних засобів обчислювальної техніки.
Вебінар	Це спосіб організації зустрічей онлайн, формат проведення семінарів, тренінгів та інших заходів з допомогою інтернету [8].
Електронна пошта	Це служба інтернету, призначена для пересилання комп'ютерними мережами повідомлень (електронних листів) від користувача одному чи групі адресатів. Часто цю службу називають e-mail (англ. <i>electronic mail</i> – електронна пошта) [5].
Голосова пошта	Один із сучасних способів спілкування, з допомогою якого можна передавати приватні повідомлення голосом. Цю функцію виконує технологія, відома як звукова передача повідомлень, або голосова пошта.

подальшої взаємодії. Тільки така форма і дозволяє діловим людям вирішувати свої проблеми, погоджувати інтереси й одержувати обопільну вигоду від ділової взаємодії [3, с. 14].

Отже, підсумовуючи наше наукове дослідження, ми дійшли висновків, що організаційна культура є основою для надійності ділових відносин у банківській сфері, що організаційна культура

партнерів пізнається, розвивається й реалізується через спілкування, що ділове спілкування – це специфічна форма контактів і взаємодії людей, метою якої є оптимізація виробничої, комерційної чи іншої діяльності в банківській установі.

У перспективі ми плануємо надалі більш детально розглянути та проаналізувати елементи організаційної культури.

ЛІТЕРАТУРА

1. Види мовлення та їх характеристика. URL: https://pidruchniki.com/13820328/psihologiya/vidi_movlennya_harakteristika.
2. Ділове спілкування. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Ділове_спілкування
3. Дороніна М., Доронін А. Культура ділового спілкування і партнерства. Харків : ХНЕУ, 2008. 204 с.
4. Дороніна М., Доронін А. Культура ділового спілкування і партнерства. Харків : Видавничий дім ХНЕУ, 2008. 204 с.
5. Організація командної роботи. URL: https://pidruchniki.com/10140809/menedzhment/organizatsiya_komandnoyi_roboti.
6. Поштова служба інтернету. Електронна скринька та електронне листування. URL: <http://narodna-osvita.com.ua/7225-rozdl-1-elektronne-listuvannya.html>.
7. Пришак М., Залюбівська О., Слободянюк О. Ділове спілкування. URL: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/14prishak_dilove_spilkuvannya/p1.html.
8. Про службу субординацію. URL: <https://hh.ua/article/21502>.
9. Що таке телеконференція, відеоконференція, вебінар? URL: <https://urok.in.ua/content/5-shcho-take-telekonferenciya-videokonferenciya-vebinar>.

REFERENCES

1. Vydy movlennja ta jikh kharakterystyka [Types of speech and their characteristics]. URL: https://pidruchniki.com/13820328/psihologiya/vidi_movlennya_harakteristika [in Ukrainian].
2. Dilove spilkuvannja [Business communication]. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Dilove_spilkuvannya [in Ukrainian].
3. Doronina M.A., Doronin A.V. Kuljtura dilovogho spilkuvannja i partnerstva [Culture of business communication and partnership]. Kharkiv. Publishing house KHNEU. 2008. P. 204 [in Ukrainian]
4. Orghanizacija komandnoji roboty [Organization of teamwork]. URL: https://pidruchniki.com/10140809/menedzhment/organizatsiya_komandnoyi_roboti [in Ukrainian].
5. Poshtova sluzhba internetu. Elektronna skrynjka ta elektronne lystuvannja [Internet postal service. E-mail and e-mail correspondence]. URL: <http://narodna-osvita.com.ua/7225-rozdl-1-elektronne-listuvannya.html> [in Ukrainian].
6. Pryshhak M.D., Zaljubivsjka O.B., Slobodjanjuk O.M. Dilove spilkuvannja [Businesscommunication]. URL: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/14prishak_dilove_spilkuvannya/p1.html [in Ukrainian].
7. Pro sluzhbovu subordynaciju [On official subordination]. URL: <https://hh.ua/article/21502> [in Ukrainian].
8. Shho take telekonferencija; videokonferencija; vebinar? [What is a teleconference; video conferencing; webinar?]. URL: <https://urok.in.ua/content/5-shcho-take-telekonferenciya-videokonferenciya-vebinar> [in Ukrainian].