

ОРГАНИЗАЦИОННАТА КУЛТУРА В БЪЛГАРИЯ И КОСОВО – СРАВНИТЕЛЕН АНАЛИЗ

Д-р Афердита Ахмети (Ремат)

Република Косово

e-mail: aferdita.ahmeti985@gmail.com

Резюме: На анализ са подложени резултатите от емпирично проучване на организационната култура в Република България и Република Косово. Изследването е проведено през 2016 и 2017 г. Анкетирани са 250 граждани на двете държави. Очертани са определени различия в културите, основаващи се на националните особености.

Ключови думи: социална среда, организационна култура, кланова, йерархична, пазарна, адхократична.

Summary: The results of an empirical study of the organizational culture in the Republic of Bulgaria and the Republic of Kosovo are analyzed. The survey was conducted in 2016 and 2017. 250 citizens of both countries were interviewed. Some differences in cultures based on national peculiarities are outlined.

Key words: social environment, organizational culture, clan, hierarchical, market, ad-hoc.

С категорията култура се означава комплексът от възприети и интериоризирани вярвания, убеждения, нагласи, предположения и очаквания, посредством които индивидът описва и осмисля заобикалящия го свят. Потопянето в дебрите на културата позволява на човека да определи

мястото си в социума, да се съизмери с околните и да установи хармонични отношения с тях. Това му осигурява безпроблемно протичане на адаптивните процеси, надеждно и валидно възприемане на социалните норми на организационната среда и оптимално функциониране в нея. Това от страната на индивида. От гледната точка на обществото и организацията, културата е надежден механизъм за манипулиране и целенасочено въздействие върху индивида по посока на постигане на организационните цели.

Ето защо съществува схващането, че основна отговорност на всички ръководители е да формират и поддържат специфичните отличителни черти на организацията, т.е. организационната култура. Тя се възприема като общ резервоар на символни значения, ценности и специфичен начин на схващане на събитията, който характеризира хората и отделния човек като член на обществото”.¹

Културата е многостранно, многопластово понятие, включващо артефакти, поведения, ценности, емоции и мотивиращи причини.² На най-дълбочинно ниво, в сърцевината си, културата се състои от ценности, които са негласни, традиционно установени, сраснали се със самата същност на организацията предпочитания относно това, за което тя полага усилия да получи, както и знанията за начина, по който ще го постигне.³

¹ Български тълковен речник. С., 1994, с. 400; Webster's Third New International Dictionary, Springfield, 1986, p. 552; Советский Энциклопедический Словарь. Москва, 1980, с. 677; Философский Энциклопедический Словарь. Москва, 1989, с. 293; Енциклопедия по психология. С., 1998, с. 557-562.

² Hawkins, P. "Organizational Culture: Sailing between Evangelism and Complexity", Human Relations, 50,4, 1997, 417-440

³ Митевска-Енчева, М., Г. Петков. Психология на скритото присъствие. София, За буквите – О писменехъ, 2017, 111 с. ISBN 978-619-185-290-1

Някои автори, дефинират организационната култура като: „съвкупност от споделени разбирания, изрично приети за нещо дадено, или безкритично приемани основни предпоставки, на които една група държи и които определят по какъв начин тя възприема, размишлява и реагира съответно в различни ситуации (обстановки), в които ѝ се налага да съществува и действа”.

Разбирането на културата и как тя да бъде променяна е решаващо умение за лидерите, опитващи се да постигнат стратегически резултати.⁴ Стратегическите ръководители, поради положението си в организацията, имат най-добрата възможност да видят динамиката в културата, какво трябва да остане и какво да се промени.⁵ Те са длъжни да следят показанията на индикаторите на културата, които са: комуникациите, подкрепата на изпълнението на задачите, новостта на изпълняваните задачи, социални връзки/контакти, личната свобода, ефективността на контрола, морала, условията на труд и нивото на съзнателност на работещите в организацията.⁶

В съвременната теория на управлението културата на социалните организации се разглежда като основен ресурс, с който се извършва промяна и се постига превъзходство в условията на непрекъснатата конкуренция.⁷ От тази гледна точка, организациите разполагат с ефективен

⁴ Кърджиева, М. Творчеството във фолклорното изкуство като процес. ИЗВЕСТИЯ на Съюза на учените – Варна. Серия Хуманитарни науки. - Варна, 1/2011. ISSN 1310-6376, стр. 171-174

⁵ Митевска, М., Г. Петков. Академична мотивация – съвременни измерения. София: За буквите – О писменехъ, 2017, 204 с. ISBN 978-619-185-279-6.

⁶ Казаков, К. Организационна култура в разузнавателни и контраразузнавателни организации. Юбилейна научна конференция с международно участие. БСУ, Бургас, 2016, ISBN 978-619-7126-27-3, с. 288–295.

⁷ Hansen. M. T. and B. V. Oetinger. Introducing T-Shaped Managers: Knowledge Management's Next Generation, Harvard Business Review, March 2001, 107-116; Wenger, E. C. and W. M. Snyder, Communities of Practice: The Organizational Frontier. Harvard Business Review,

механизъм за повишаване на ефективността си.⁸ Мениджмънта на организационната култура разкрива качествено нови възможности за подобряване на работата с потребителите, за намаляване на разходите, за модернизация и развитие на инфраструктурата и за увеличаване на общата гъвкавост, жизнеспособност и трансфер на нови технологии.⁹ Редица учени се ограничават в рамките на това схващане за промяната, като възприемат организационната култура само и единствено, като източник на конкурентно предимство.¹⁰ "Въпреки, големите усилия, организациите в преобладаващата си част, продължават да прахосват това, което може би е най-големия им актив в днешната информационно-икономическа среда: съвкупността от богат професионален опит, нови идеи, скрити интуиции и далновидно разбиране на реалността, които лекомислено са оставени да се разпръскват навън, или са дълбоко бетонирани в тях."¹¹ Като се има пред вид, все по-голямото разбиране на значението (важността) на културата, не е изненадващ факт, че организациите се ангажират с дългосрочни стратегии за нейното създаване, съхраняване, трансфер и използване в контекста на промените.¹² Тези стратегии, обичайно определяни като „мениджмънт на знания“ се класифицират в две групи: „кодификация“

January – February 2000, 139–145.

⁸ Митевска-Енчева, М., Г. Петков. Личностни проекции върху удовлетвореността от живота. Годишна международна университетска научна конференция. Национален военен университет „В. Левски“, Шумен, 4 – 6 октомври 2017. ИК на НВУ „В. Левски“, ISSN 1314-1937.

⁹ Казаков, К. Мениджмънт на информационните услуги в сигурността. Изд. Софттрейд, С. 2016, ISBN 978-954-334-182-5;

¹⁰ Кърджиева, М. Релацията изкуство–мениджмънт. Политически и икономически трансформации в 21. век. Сборник с доклади от научна конференция на младите изследователи. Унив. изд. на ВСУ „Ч. Храбър“, 2013. ISBN 978-954-715-620-3, с. 326–346.

¹¹ Drucker, P. *Managing in a Time of Great Change*. New York: Dutton/Plume, 1998; Ruggles, R. *The State of the Notion: Knowledge Management in Practice*. *California Management Review*, 40, 3, 1998, 80-89; Hansen. M. T. and B. V. Oetinger.

¹² Митевска-Енчева, М., Г. Петков. Адаптацията към университетската среда, ключов фактор за оптимизиране на учебния процес. Нови информационни технологии в образователния процес. Сборник, Истанбул 4–8 април, 2015 г. С., Изд. За буквите – О

(систематизиране) или „персонализация“.¹³

Важна особеност за културата е, че тя не може лесно да бъде създадена, купена, замествана, или подражавана, но след като е акумулирана осигурява значителни ползи.¹⁴ Следователно, при функционирането си организациите трябва да развиват такава култура, която гарантира ефективно организационно самообучение и разпространение на авангарден опит, устойчиви традиции и съвременни знания, с цел постигане на превъзходство, постоянен прогрес и конкурентоспособност.¹⁵

В изследването, представено в настоящата статия, са обхванати 250 лица от България и Косово.

Таблица 1. Изследвани лица в две идентични среди

Гнездо	Брой	%
Република България	156	62,4
Република Косово	94	37,6
Общо	250	100,0

Идеята да се установят различията в културите, основаващи се на националните особености на двете страни, е реализирана чрез прилагането на метода на К. Камерън и Р. Куин, прилаган в много други изследвания в България и Косово. Резултатите от изследването са показани в следващата таблица.

писменехъ“, ISSN 1313-2768. Ш. 10 (2015), с. 299–309.

¹³ Hansen, M. T., N. Nohria, and T. Tierney. What's Your Strategy For Managing Knowledge? March-April, 1999, 106–115.

¹⁴ Barney, J. Firm Resources And Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, 17, 1, 1991, 99–120.

¹⁵ Митевска-Енчева, М., Г. Петков. Лидер и лидерство в системата за сигурност. Изд. „За буквите – О писменехъ“. ISBN 978-619-185-284-0

Проучването на двете среди, с уговорката, че то не е представително, дава възможност да се провери доколко се различават субективните възприятия на изследваните лица за проявите на организационната култура в различните и аспекти (вж. таблицата).

Таблица 2. Различия в типовете култури между България и Косово
(Изследвани лица: България – 94; Косово – 156)

Култура	Гнездо	M	SD	F	Sig.
Кланова	Косово	27.74	7.72	1.35	.247
	България	26.38	10.63		
Адхократична	Косово	23.99	4.83	2.20	.140
	България	22.86	7.16		
Пазарна	Косово	25.18	4.99	4.67	.032
	България	23.68	5.88		
Йерархична	Косово	23.09	6.40	11.44	.001
	България	27.08	12.20		

Изследването подкрепи очакванията, че като живеещи в нова държава на политическата карта на Европа, с все още неутвърдени политически традиции и норми, хората ще проявяват по-голяма чувствителност и ще обръщат по-голямо внимание на специфичните грижи, проявявани от държавата към тях в икономически, политически, включително и битов аспект. Макар и статистически незначимо, баловите стойности на клановата култура на изследваните лица от Косово преобладават над тези на лицата от България. Подобна е картината и при адхократичната култура, вероятно поради неулегналите все още порядки в обществото и необходимостта някои задачи да се решават *ad hoc*.

По различен начин стоят нещата при пазарната култура. Живеещи в държава, която тепърва въвежда пазарните отношения, хората в Косово

проявяват по-висока чувствителност към този тип отношения и им приписват по-високи балови стойности, статистически преобладаващи над българските резултати. При йерархичната култура се наблюдава обратната тенденция. Очевидно в държавата, която вече тридесет години гради демократични отношения, е създадено положително отношение към йерархичното устройство, възприети са нормите на субординация и това не е препятствие пред оптималното функциониране на обществото.

Изводът от тези, макар и най-общи постановки е, че получените резултати са добра основа за отиване и по-нататък в интерпретацията на данните, а именно, в търсене на различия и обяснението им в шестте ключови измерения на организационната култура, което може да бъде предмет на следваща публикация.

Източници

1. Български тълковен речник. С., 1994, с. 400; Webster's Third New International Dictionary, Springfield, 1986, p. 552; Советский Энциклопедический Словарь. Москва, 1980, с. 677; Философский Энциклопедический Словарь. Москва, 1989, с. 293; Енциклопедия по психология. С., 1998, с. 557–562.

2. Казаков, К. Организационна култура в разпознавателни и контрапознавателни организации. Юбилейна научна конференция с международно участие. БСУ, Бургас 2016, ISBN 978-619-7126-27-3, с. 288–295

3. Казаков, К. Мениджмънт на информационните услуги в сигурността. Изд. Софттрейд, С. 2016, ISBN 978-954-334-182-5

4. Кърджиева, М. Релацията изкуство–мениджмънт. Политически и икономически трансформации в 21. век. Сборник с доклади от научна конференция на младите изследователи, Унив. изд. на ВСУ „Ч. Храбър“, 2013, ISBN 978-954-715-620-3, с. 326–346.

5. Кърджиева, М. Творчеството във фолклорното изкуство като процес. ИЗВЕСТИЯ на Съюза на учените – Варна. Серия Хуманитарни науки. Варна, 1/2011. ISSN 1310-6376, с. 171–174.
6. Кърджиева, М. Фолклорното изкуство като система. Научен алманах. Серия Изкуства, 2012, книжка 2, Унив. изд. на ВСУ „Ч. Храбър“, ISSN 1311-9222, с. 78–83.
7. Митевска, М., Г. Петков. Академична мотивация – съвременни измерения. София: За буквите – О писменехъ, 2017, 204 с. ISBN 978-619-185-279-6
8. Митевска-Енчева, М., Г. Петков. Личностни проекции върху удовлетвореността от живота. Годишна международна университетска научна конференция. Национален военен университет „В. Левски“, Шумен, 4 – 6 октомври 2017. ИК на НВУ „В. Левски“, ISSN 1314-1937.
9. Митевска-Енчева, М., Г. Петков. Лидер и лидерство в системата за сигурност. Изд. „За буквите – О писменехъ“. ISBN 978-619-185-284-0.
10. Митевска-Енчева, М., Г. Петков. Психология на скритото присъствие. София, За буквите – О писменехъ, 2017, с. 111, ISBN 978-619-185-290-1.
11. Митевска-Енчева, М., Г. Петков. Адаптацията към университетската среда, ключов фактор за оптимизиране на учебния процес. Нови информационни технологии в образователния процес. Сборник, Истанбул 4-8 април, 2015 г. С., Изд. За буквите – О писменехъ“, ISSN 1313-2768. III. 10 (2015), с. 299–309.
12. Drucker, P. *Managing In A Time of Great Change*, New York: Dutton/Plume, 1998; Ruggles, R. *The State of The Notion: Knowledge Management In Practice*. *California Management Review*, 40, 3, 1998, 80–89; Hansen. M. T. and B. V. Oetinger.
13. Hansen M.T., N. Nohria, and T. Tierney, "What's Your Strategy For Managing Knowledge?", *March-April*, 1999, 106–115.
14. Hansen. M. T. and B. V. Oetinger. *Introducing T-Shaped Managers: Knowledge Management's Next Generation*. *Harvard Business Review*, March 2001, 107-116; Wenger, E. C. and W. M. Snyder. *Communities Of Practice: The Organizational Frontier*. *Harvard Business Review*, January - February 2000, 139–145.
15. Hawkins, P. *Organizational Culture: Sailing between Evangelism and Complexity*. *Human Relations*, 50,4, 1997, 417–440.

16. Barney, J. Firm Resources And Sustained Complete Advantage. *Journal of Management*, 17, 1, 1991, 99–120.