

НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ

ЦЕНТЪР ПО ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ



.....

[F....]

[Бизнес администрация ДО
?-ти курс]

Практика по Бизнес администрация

ПЪРВИЧНИ И ВТОРИЧНИ МЕХАНИЗМИ НА ОРГАНИЗАЦИОННАТА КУЛТУРА В TELENOR

София, 2019

СЪДЪРЖАНИЕ:

УВОД.....	2
1. Същност и значение на организационната култура.....	2
2. Анализ на организационната култура TELENOR.....	4
3. Ранжиране и оценка на силните и слаби страни на организационната култура.....	10
4. Анализ и препоръки.....	12
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	13
ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА.....	14

УВОД

„Единственото, което лидерите правят, е да създават и управляват културата. Ако не се управлява културата, тя управлява Вас и може дори да не сте наясно със степента на това, което се случва ”(Edgar Schein). Организационната култура е една от най-важните конструкции в управлението.

Повишената глобализация и международната търговия, бързият технологичен напредък, променящите се етични ценности на бизнеса и изискванията на заинтересованите страни, по-голямото разнообразие на работното място, променящите се трудови отношения и други подобни са само някои от проблемите, пред които са изправени организациите и лидерите. Много изследователи твърдят, че липсата на гъвкавост и неспособност за учене и адаптиране към околната среда са сред най-критичните фактори, които възпрепятстват организационния успех. Една от причините за това внимание е функционалността на организационната култура.

Поради актуалността на темата, целта на настоящото проучване е организационната култура на Telenor.

1. Дефиниране и място на култура в организацията.

Културата може да бъде определена като комбинация от ценности, вярвания, комуникации и опростяване на поведението, което дава насока на хората. Най-основната идея на културата е, че тя се установява чрез споделяно учене, което се основава на правилното разпределение на ресурси. Менталните способности на човека, които помагат за подобряване на мисленето и вземането на решения, зависят от организационната култура.

Съгласно Schein (1990) културата е съвкупност на различни ценности и поведения, които могат да бъдат разглеждани като насоки за успех¹. Според Kotter & Heskett (1992) културата е събиране на вярвания, поведения и ценности, които обществото възприема като нормално състояние². Така, че културата е знание, ценности, убеждения, комуникация и поведение на много хора, на точното време и на точното място. В настоящата епоха концепцията за културата се използва като организационна концепция. Организационната култура може да се състои от два важни елемента на социалната група; структурна стабилност на хората и усвояване на отделни

¹ Schein, E. (1990). Organizational Culture. American Psychologist .

² Kotter, J. P., & Heskett, J. L. (1992). Corporate Culture and Performance. New York: Free press