

UVOD

Predmet ovog rada je mjesto, značaj i uloga kulture i multikulturalizma poslovnog subjekta. Organizaciona kultura predstavlja skup zajedničkih vrednosti, normi i očekivanja koji oblikuju ponašanje zaposlenih u organizacijama, a pre svega način na koji zaposleni stupaju u međusobne interakcije, kako se odnose prema klijentima, kako izvršavaju svoje zadatke i kakve učinke postižu. Svaka organizacija ima kulturu koja oblikuje način na koji se zaposleni u organizaciji ponašaju, pristupaju svojim poslovima i ophode prema kolegama i klijentima. Ona je „skrivena“ jer se članovi organizacije nesvesno ponašaju shodno očekivanjima koja smatraju da organizacija stavlja pred njih.

Organizacijska kultura predstavlja jedan od onih mističnih menadžerskih pojmova, teško merljivih, ali vidljivih dolaskom u svaku organizaciju bez obzira na veličinu. Bitna karakteristika organizacijske kulture je da se stvara dugo te ostaje i nakon što njeni tvorci više nisu u organizacijama. Ona je osnovni deo formalne i neformalne socijalizacije svakoga novog zaposlenog kojim se upućuju u pravila kao što su dress code, načini donošenja odluka i liderstva, ponašanja koja se tolerišu i ona koja su nepoželjna i slično. Reč je zapravo o stvaranju smisla i pripadnosti za svakog pojedinca u organizaciji, kroz viziju, strategiju, jasne ciljeve organizacije i svakog zaposlenog radnika. U svakome od nas postoji želja za pripadanjem, povezanošću i povjerenjem, na individualnoj i na organizacijskoj razini. Zato se organizacijska kultura često uspoređuje s kredibilitetom - teško ju je stvoriti, ali vrlo se lako razara. Čest je to slučaj posebno u procesima velikih restrukturiranja, gde se otpušta mnogo starijih zaposlenih i uvodi mlada radna snaga koju više nema ko socijalizirati u postojeće pisane i nepisane norme.

Multikulturalizam predstavlja gledište po kome u organizacijama postoje različite kulturne pozadine i faktori koji su važni. Ljudi iz različitih sredina mogu da koegzistiraju i napreduju unutar jedne organizacije. Multikulturalizam se odnosi uglavnom na: rasu, pol, fizičku sposobnost, seksualnu orijentisanost i starost.

Rad se sastoji iz pet delova kroz koje će se jasnije objasniti značaj i uloga kulture i multi kulture kod poslovnih subjekata.

1. ORGANIZACIONA KULTURA

Organizaciona kultura predstavlja set važnih shvatanja, kao što su: norme, vrednosti, stavovi i verovanja, koja dele članovi organizacije.

Pojava korporativne kulture se vezuje za definisanje novih radnih vrednosti u smislu povećavanja radne efikasnosti, jer je primetan trend nepoštovanja dotadašnjih normi u procesu rada. Pojava ove kulture se takođe vezuje i za proces globalizacije, jer usled ovog procesa dolazi do brisanja nacionalnih granica, susreta različitih kultura što opet zahteva neke promene u poslovanju korporacija, i pojačavanja konkurencije. U skladu sa tim nastaje veliki broj istraživačkih projekata, a sredinom osamdesetih godina dvadesetog veka nastaje koncept utemeljene korporativne kulture.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com