НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт экономики и менеджмента

МАТЕРИАЛЫ
региональной научно-практической конференции студентов и молодых ученых «Экономика глазами молодых», посвященной 120-летию экономического образования в Сибири

Томск, 20–21 апреля 2018 г.

Под общей редакцией профессора
Д.М. Хлопцова

Томск
Издательский Дом Томского государственного университета
2018

5. Дизайн-мышление – все о тренде. URL: https://www.mann-ivanov-ferber.ru/trend/design-thinking/

Организационная культура на предприятиях России

Т.С. Силантьева, студентка, 3 курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: к.э.н., доцент Н.А. Телегина
E-mail: taniasilant@gmail.com

Ни для кого не секрет, что абсолютно любая существующая в мире организация представляет собой едино действующий организм, связанный различными элементами и структурами, определяющими саму организацию в целом. Кроме того, что элементы организации взаимодействуют внутри между собой, им также свойственно быть открытыми для взаимодействия с внешней средой. Причем факторы взаимодействия с внешней средой организованы так, чтобы быть направленными на обслуживание внутренней среды. Возникает вопрос, а из чего состоит внутренняя среда организации и что связывает все эти элементы между собой? Эту функцию выполняет организационная культура.

Организационная культура является связующим звеном, соединяющим между собой всю внутреннюю среду любой организации в лице сотрудников, управленческих решений, технологий, финансов. Организационная культура выступает как совокупность культурно-психологических факторов, существующих внутри фирмы, благодаря которым происходит сплочение сотрудников предприятия, становление благоприятной рабочей атмосферы и стимулирование роста конкурентоспособности предприятия.

Стоит отметить, что в настоящее время организационная культура все больше развивается и набирает популярность среди компаний. Руководители стремятся повысить уровень организационной культуры на своем предприятии, так как эффективная и стабильная организационная культура помогает сформировать мнение о компании у заказчиков, потенциальных поставщиков, клиентов, тем самым влияя на их дальнейшее сотрудничество. Например, в компании с тяжелой атмосферой и разрозненным отношением между сотрудниками выполнение работы и продуктивность будут низки и непривлекательны для лиц, представляющих внешнюю среду.

Размышляя о сущности понятия «организационная культура», в первую очередь необходимо понять, на что она направлена и в чем заключается главное предназначение существования развитой и современной организационной культуры на любом предприятии. Отметим, что предприятие – это в первую очередь люди, работающие в нем и взаимодействующие друг с другом. В свою очередь, каждый человек, безусловно, индивидуален. Другими словами, все люди отличаются друг от друга мнениями, характерами, стилем ведения работы, поведением и т.п. Все это является значительным фактором, влияющим на реакцию человека на взаимодействия в результате выполнения работы на предприятии.

Кроме того, если рассматривать организацию как объект управления, то, на наш взгляд, стоит отметить, что она имеет огромное многообразие целей и задач, невероятную систему внешних и внутренних связей и другое. В совместной деятельности и отношениях сотрудники стараются следовать определенным принципам, имеют определенные представления о деятельности, придерживаются определенных убеждений и системы ценностей. При этом они совместно действуют в направлении к осуществлению поставленных задач. Объединяя все вышесказанное, организация с данной стороны наделяется свойствами, позволяющими говорить о ней как о некотором культурном пространстве, которое оказывает влияние на регулирование поведения людей и характера/ атмосферы жизнедеятельности компании.

Культура и поведение оказывают влияние на атмосферу внутри компании; взаимоотношения между сотрудниками формируются согласно поведению и реакции на те или иные правила в организации, традиции и обычаи, которые, в свою очередь, отражаются в культуре. Поэтому, можно с уверенностью утверждать, что культура и поведение взаимно воздействуют друг на друга. А культура, в свою очередь, оказывает влияние и на то, что люди делают, и на то, как они это делают. Таким образом, не будет ошибкой назвать организационную культуру важнейшим условием качественного выполнения работы со стороны персонала.

Для предприятий современного общества культура представляет собой мощный стратегический инструмент, который позволяет направить отдельные подразделения или отдельных лиц на достижение единой цели, обеспечивая эффективное взаимодействие между ними. То есть носителями организационной культуры выступают люди, сотрудники. И, поскольку, любой член компании является ее частью, то и организационная культура становится неотъемлемым атрибутом компании.

Таким образом, собрав воедино все вышеуказанное, можно дать следующее понятие организационной культуры:

Организационная культура – это совокупность ценностей, норм, традиций, особенностей, убеждений, которые существуют у того или иного коллектива и определяют соответствующую концепцию поведения людей в условиях трудовой деятельности.

Любая компания имеет свою индивидуальность, свою культурные особенности. У каждой организации свой лидер, руководитель, от которого и зависит формирование ценностей, правил, традиций, принятие тех или иных управленческих решений также добавляет компании нотку уникальности, выделяя ее среди других.

Так как мы уже выяснили, что организация представляет собой отдельный организм, а организационная культура – связующее звено, то, следует отметить существование элементов, позволяющих фирме безошибочно и эффективно функционировать. (рис.1)

Каждый элемент имеет важное значение в функционировании организационной культуры. Так, например, ценности, различные правила поведения и нормы задают атмосферу в организации, между коллегами и сотрудниками. Имея определенные ценности и правила, установленные руководством, организация формирует взаимоотношения как внутри, так и вне своей деятельности. Опираясь на эти элементы, сотрудники четко понимают, как они должны себя вести, что им делать не позволено, а что приветствуется.

Рис. 1. Базовые элементы организационной культуры

Мотивации способна стимулировать рост производительности и сформировать у сотрудников желание работать. Мотивация может осуществляться в виде:

а) публичное поощрение заслуг среди, наилучшим образом проявивших себя, сотрудников;

б) внезапные подарки для сотрудников;

в) предоставление сотруднику внепланового выходного дня;

г) выдача денежной премии;

Давно известно, что эффективность коммуникаций зависит от психологического настроя коллектива. Там, где руководитель использует суровые методы воздействия на коллектив, то в атмосфере наблюдается разрозненность и нервозность и, как следствие, низкая производительность труда, сплетни, текучесть кадров и другие негативные последствия. Данные вариации событий могут привести организацию к упадку или даже полному банкротству. Если же на предприятии руководитель взаимодействует с коллективом посредством деловой речи и спокойствием, то и атмосфера на предприятии способствует эффективной производительности и, соответственно, росту прибыли.

Формирование имиджа компании и процесс становления бренда происходят только при наличии развитой организационной культуры. Это чрезвычайно важное условие в современной рыночной структуре, где предприятие должно быть клиентоориентированным, открытым, конкурентоспособным и узнаваемым.

Именно организационная культура помогает новоиспеченному сотруднику или человеку, только находящемуся в поисках рабочего места, разобраться в следующих вопросах:

а) Что представляет из себя организация?

б) Какова роль данной организации в рыночной экономике страны?

в) Какая социальная роль предприятия в обществе?

г) Конкурентно способна ли организация?

д) Какие обязанности должна выполнять организация относительно потребителей?

е) Клиентоориентированность фирмы.

Культура любого предприятия развивается в условиях постоянно изменяющихся условий окружающего мира. В связи с этим можно уверенно говорить о том, что на организационную культуру оказывают влияние определенные внешние и внутренние факторы, а их изменение приводит к необходимости постоянного усовершенствования уже имеющейся культуры предприятия, подстроение культуры под те или иные общественные стандарты. То есть условиями для формирования особенностей организационной культуры отдельного предприятия выступает именно зависимость от таких факторов. (рис.2).

Рис. 2. Факторы, влияющие на организационную культуру

Организационная культура любой страны зависит от многих параметров. Например, территориальное расположение страны, менталитет, расовость (принадлежность к той или иной расе), история страны и др. Россия не является исключением.

В современных исследованиях принято отмечать следующие черты российской организационной культуры:

a. Ориентированность на стабильность и закрытость от потребностей людей и внешних изменений;

b. Руководители не позволяют персоналу управлять делами. Для них персонал является послушными исполнителями указаний;

c. Руководителя считают своим образцом для подражания, которые могут мобилизовать ресурсы и людей;

d. Решения принимаются руководителем единолично или в доверенном кругу лиц. Дистанция власти определяется по выбору руководителя и противоречит утвержденному им порядку;

e. Работа в группах плохо структурирована, обязанности распределяются нечетко и медленно;

f. Люди на российских предприятиях увиливают от ответственности за реализацию выдвинутых идей. Все успехи и неудачи ложатся на плечи руководителя;

Как и между людьми в виду разнообразия характеров существуют отличия, так и между предприятиями мы можем наблюдать их присутствие. Нельзя утверждать, что абсолютно всем предприятиям присущи вышеперечисленные особенности.

В качестве примера, в ходе проведения исследования, мы решили рассмотреть существующую организационную культуру на предприятии ООО Газпром Трансгаз Томск. В ходе исследования было обнаружено, что большинство сотрудников фирмы гордятся своей работой и вполне довольны существующей атмосферой на предприятии. Высокий доход и качественная социальная защита делают Общество привлекательным с точки зрения трудоустройства. Не остается без внимания и деятельность профсоюзной организации Общества. Более 98% работников являются её членами. Это очень высокий показатель по сравнению с другими предприятиями отрасли. Вспоминая о таких элементах как дизайн и символика, стоит отметить присутствие дресс-кода на предприятии, который также придает ей нотку престижности и важности. Цвет компании – синий. Согласно источникам, такой цвет был выбран, так как он символизирует цвет горящего природного газа. В компании также существуют ценности, положительно влияющие на весь персонал: преемственность поколений, уважение к труду, обществу и земле, на которой оно ведет свою деятельность, где живут и трудятся его работники. Для сотрудников организации основной ценностью является работа в одной из крупнейших нефтегазовых компаний страны. Каждый сотрудник понимает свою значимость в работе компании и старается выполнить свою работу наиболее качественно.

Организационная культура ООО "Газпром трансгаз Томск" совмещает в себе черты двух типов: клановой и рыночной с преобладанием последнего типа. Это свидетельствует о том, что компания развивается и планирует свои дальнейшие действия на достижение и удержание лидирующих позиций на рынке энергетических компаний. Внимание, уделяемое развитию черт клановой культуры, говорит о том, что руководство понимает значимость и ценность своих сотрудников, выделяет средства на их развитие, потому что достижение стратегических целей без первоклассной работы квалифицированного персонала может быть весьма затруднено. Организация ориентирована на результаты, а главным является выполнение поставленных задач. Акцент сделан на стремлении побеждать. Успех обусловлен проникновением на рынки, увеличением рыночной доли и удержанием лидерских позиций (состоя-

ние «теперь»). По результатам опроса выявлено смещение в сторону клановой культуры. Сотрудникам важна дружеская атмосфера внутри коллектива в сочетании с атрибутами рыночной культуры (лидерство, соперничество). Есть желание снизить структурированность и формальность многих рабочих операций перевести акцент на сплоченность коллектива в целом и на личность каждого работника в частности. Оценка персоналом корпоративной культуры

В коллективе предприятия сложились теплые, уважительные и располагающие взаимоотношения. Сплоченность персонала хорошая, конфликты фактически отсутствуют. Работники внутри коллектива помогают и поддерживают друг друга. Трудовая деятельность на данном промпредприятии позволяет стать квалифицированным профессионалом в своей области. У работников сложились хорошие отношения с руководителем высшего звена (они всегда могут получить необходимую помощь, совет и др.). Справедливо применяются способы поощрения и наказания персонала. Работники знают критерии, по которым оценивается успешность их деятельности.

Таким образом, необходимость существования организационной культуры на предприятиях России неоспорима и не поддается никаким сомнениям. Мы твердо уверены, что сосредоточение внимания руководителя на развитии организационной культуры в рамках своего предприятия приведут к удивительным результатам. А успехи предприятий страны, в свою очередь, способны положительно повлиять на экономику страны в целом.

Литература

1. Аксеновская Л.Н., Базаров Т.Ю. Управление организационной культурой // Российский психологический журнал. 2015. № 2. С. 9–17.

2. Богатырев М.А. Организационная культура предприятия // Проблемы теории и практики управления. 2015. № 3. С. 35.

3. Николаева Г.Н. Развитие организационной культуры как фактор повышения эффективности управления персоналом // Проблемы теории и практики управления персоналом. 2015. № 3. С. 68.

4. Родин О.А. Управление развитием организационной культуры на современном предприятии : дис. … к.э.н. Воронеж, 2011. 185 с.

5. Шейн Э. Организационная культура и лидерство : пер. с англ. / под ред. В.А. Спивака. СПб. : Питер, 2012. 310 с.