

ХАРАКТЕРИСТИКИ, ТИПЫ И ФУНКЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Сапрыкина Анна Павловна

студент Дальневосточного федерального университета, РФ, г. Владивосток

Крупна Татьяна Альбертовна

научный руководитель, научный руководитель, канд. социол. наук, доцент Дальневосточного федерального университета, РФ, г. Владивосток

Каждая организация испытывает необходимость в формировании собственного облика — определении своих ценностей и целей, стратегии качества оказываемых услуг и производимой продукции, цивилизованных правил поведения и нравственных принципов работников, поддержании высокой репутации компании в деловом сообществе. Без организационной культуры нельзя добиться эффективной работы фирмы [2, с. 94]. На сегодняшний день вопрос организационной культуры в компаниях является актуальным, и его актуальность в будущем будет только возрастать по мере продвижения отечественных компаний на мировом рынке.

Целью данной работы является изучение понятия организационной культуры. Для этого необходимо решить следующие задачи:

1. Исследовать понятие организационной культуры;
2. Рассмотреть функции организационной культуры;
3. Ознакомиться с основными элементами организационной культуры.

Практика показывает, что одни компании добиваются успеха, а другие нет. Так, компания “Apple” была основана двумя людьми и на сегодняшний день крайне популярна, напротив, персональные компьютеры крупной в прошлом фирмы “RCA” теперь уже неизвестны. Одной из причин может являться разная культура этих компаний.

Культура является продуктом цивилизации, а люди являются носителями организационной культуры. Организационная культура — это система принятых в организации подходов и представлений к формам отношений, к постановке дела, к достижению результатов совместной деятельности, которые отличают данную организацию от всех остальных. На практике организационная культура представляет собой набор ценностей, обычаев, традиций, общих подходов, символов, мировоззрения сотрудников организации, выдержавших испытание временем. В своём роде это выражение индивидуальности конкретной компании, проявление её принципиальных отличий от других фирм.

Современный менеджмент рассматривает организационную культуру как мощный стратегический инструмент, который позволяет направлять всех сотрудников на достижение общих целей [5, с. 138].

С.П. Роббинс предлагает рассматривать организационную культуру, основываясь на десяти характеристиках, наиболее ценящихся в организации [4, с. 12]. Представим данные характеристики:

1. Личная инициатива сотрудника;
2. Готовность сотрудника пойти на риск;
3. Направленность действий;
4. Согласованность действий;

5. Обеспечение свободного взаимодействия, поддержки и помощи подчинённым со стороны управленческих структур;
6. Перечень инструкций и правил, применяемых для наблюдения и контроля над поведением работников;
7. Степень отождествления каждого работника с организацией;
8. Налаженная система вознаграждений;
9. Готовность каждого работника открыто выражать своё мнение;
10. Степень взаимодействия внутри организации, при которой взаимодействие выражено в формальной иерархии и подчинённости.

Давая оценку любой организации по перечисленным десяти характеристикам можно составить полную картину организационной культуры, основываясь на которую формируется общее представление работников об организации.

Организационная культура может быть:

- Явная — зафиксированная в документах организации (инструкции, правила, нормы);
- Неявная — находящая своё отражение в сознании человека, поддерживаемая верой, традициями.

Выделяется организационная культура:

- Интравертная — обращённая внутрь индивида;
- Экстравертная — обращённая во внешний мир (миссия находится за пределами области организации).

Целью организационной культуры является помощь людям более продуктивно трудиться, получать удовольствие от работы. Если человек находится в чуждой для него организационной культуре, то его деятельность ограничивается, сковывается. И наоборот, при соответствии ценностных установок сотрудника и организационной культуры фирмы деятельность первого активизируется, исходя из этого наблюдается увеличение эффективности [1, с. 370].

Организационная культура является мотивирующим фактором для сотрудников и в этом заключается её ценность. Мотивация — это позиция, располагающая человека к специфическим, целенаправленным действиям. Если рассматривать иерархию потребностей Абрахама Маслоу, то организационная культура удовлетворяет потребность человека в социальном статусе и причастности, например, к делам фирмы, а также организационная культура способствует самовыражению человека, что находится на высшем уровне пирамиды потребностей.

Организационная культура выполняет ряд функций:

- Охранную — создаёт барьер, ограждающий организацию от нежелательных внешних воздействий;
- Интегрирующую — усиливает систему социальной стабильности в компании. Организационная культура помогает сплачивать сотрудников, обеспечивая присущие для организации стандарты поведения;
- Регулирующую — формирует и контролирует формы восприятия и поведения, целесообразные с точки зрения данной компании;
- Адаптивную — создаёт чувство общности всех работников организации;
- Ориентирующую — направляет деятельность фирмы и её сотрудников в необходимое русло;
- Мотивационную — усиливает преданность компании и вовлечённость в её дела;
- Функцию имиджа организации — формирует определённый имидж фирмы, отличающий её от всех остальных.

Далее рассмотрим основные элементы организационной культуры:

- Провозглашаемые ценности — объявляемые во всеуслышание ценности и принципы, к

- реализации которых стремится компания;
- Правила игры — правила поведения сотрудников в данной организации; ограничения и традиции, которые следует усвоить каждому новому работнику для того, чтобы стать полноценным членом организации; другими словами, установленный порядок в организации;
- Групповые нормы — свойственные группам образцы и стандарты, регулирующие поведение их членов;
- Существующий практический опыт — технические приёмы и методы, используемые членами коллектива для достижения поставленных целей; способность осуществлять определённые действия, переходящая от поколения к поколению и не требующая обязательной документальной фиксации;
- Поведенческие стереотипы — общий язык, используемый сотрудниками компании; традиции, ритуалы и обычаи, которых они придерживаются;
- Организационный климат — чувство, определяемое физическим составом коллектива и характерной манерой взаимодействия сотрудников организации друг с другом, клиентами или другими сторонними лицами;
- Философия организации — наиболее общие идеологические и политические принципы, которыми определяются действия организации по отношению к сотрудникам, посредникам или клиентам.

Аналогично культуре общества в целом, организационную культуру не следует понимать как абсолютно однородную и неразделимую внутренне сущность. Специфика организационной культуры определяется её носителями: как в обществе существуют различные социальные группы, имеющие свои ценности, отличающиеся от общей культуры социума, так и в организации есть отдельные группы.

Формирование организационной культуры — это попытка конструктивного влияния на поведение работников, социально-психологическую атмосферу в коллективе. Формируя в рамках организационной культуры систему ценностей, определённые установки у персонала, можно успешно планировать, прогнозировать и стимулировать желаемое поведение сотрудников организации. Однако всегда необходимо учитывать стихийно сложившуюся в компании корпоративную культуру. Зачастую в бизнес-среде руководители пытаются сформировать философию своей фирмы, где декларируют прогрессивные нормы и ценности, но получают результаты не соответствующие своим вложениям средств и желаниям. Отчасти это происходит потому, что искусственно внедряемые организационные ценности и нормы вступают в конфликт с реально существующими установками и поэтому активно отвергаются большинством сотрудников организации. Обычно формирование организационной культуры осуществляется в процессе профессиональной адаптации персонала организации [3, с. 58].

Список литературы:

1. Зайцев Л.Г., Соколова М. И. Организационное поведение: Учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. — М.: Экономистъ, 2006. — 665 с.
2. Камерон К., Куин Р. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. Под ред. И.В. Андреевой. — СПб: Изд-во «Питер», 2001. — 320 с.
3. Мильнер Б.З. Теория организации: Учебник. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во «ИНФРА-М», 2006. — 80 с.
4. Олейников И. Такие разные корпоративные культуры. // Корпоративная культура № 2 (14) 2007. 12—14 с.
5. Румянцева З.П., Саломатин Н.А. Менеджмент организации: Учебное пособие / Под ред. З.П. Румянцевой и Н.А. Саломатина. — М.: Изд - во «Инфра-М», 2003. — 280 с.