

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Лазарева Ирина Евгеньевна

студент Новосибирский государственный университет экономики и управления (НИНХ) РФ, г. Новосибирск

Лапшова Людмила Николаевна

научный руководитель, канд. техн. наук, доцент, Новосибирский государственный университет экономики и управления (НИНХ), РФ, г. Новосибирск

Организационная культура является неотъемлемой частью любой организации и занимает одно из приоритетных мест в управлении современной компаний. Культура оказывает существенное влияние на сотрудников компании а, следовательно, именно она формирует то, как люди будут выполнять свою работу, коммуницировать между собой, инициировать свои идеи, принимать решения и многое другое.

Организационная культура по мнению Э. Шейна – это паттерн (схема, модель, рамки) коллективных базовых представлений, обретаемых группой при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции, эффективность которого оказывается достаточной для того, чтобы считать его ценным и передавать новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения названных проблем [2, 47].

Изучение организационной культуры представляет собой связь экономической науки и социологии труда. Культура организации является продуктом взаимоотношения людей в данной деятельности, однако она же их и регламентирует. Сформировавшаяся культура определяет существование, развитие и способ деятельности организации.

Организационная культура является основой для создания прочной и долговременной мотивации персонала, направленной на реализацию стратегических целей организации. Таким образом, достижение целей организации полностью зависит от организационной культуры предприятия, поскольку она может оказать как положительное влияние, так и негативное связанное с невозможностью добиться каких либо изменений, даже при наличие большого желания.

Организационная культура имеет множество функций, главными из которых являются [4]:

- охранная, при которой организация ограждается от негативных внешних воздействий;
- интегрирующая функция усиливает систему социальной стабильности в организации;
- регулирующая функция определяет необходимые нормы и правила поведения сотрудников организации;
- ориентирующая функция культуры направляет деятельность организации в нужное русло, а мотивационная создает для этого необходимые стимулы;
- функция формирования имиджа организации, цель которого заключается не в обретении организацией известности, а в обеспечении положительного отношения к ней. На

сегодняшний день имидж является одной из важнейших характеристик организации.

Организационная культура каждой организации уникальна и является существенным отличием одной компании от другой, даже если они осуществляют свою деятельность в одной отрасли.

Организационная культура способствует созданию атмосферы и отражает философию компании. Воссоздать культуру другой организации очень сложно, поскольку ценности, убеждения и нормы которые присущи одной компании могут быть не принятыми членами другой компании.

Организационная культура без сомнения доказала свою безусловную важность на примере успешных зарубежных компаний и тех предприятий которые стремятся к успеху. К сожалению не многие российские компании уделяют должное внимание организационной культуре, вследствие чего на предприятиях возникают проблемы связанные с мотивацией и лояльностью персонала, с репутацией и имиджем компании, с конкурентоспособностью, потерей клиентов, с развитием и эффективностью сотрудников и компании в целом.

Одной из причин слабой организационной культуры является не осведомлённость в данной задаче руководителя организации, отсутствие желания заниматься исследованием и решением этой проблемы.

Для создания сильной организационной культуры необходимо уметь грамотно подбирать персонал, проверять будущих сотрудников на понимание миссии и философии компании, следует обращать внимание на ценностно-нравственные ориентиры потенциальных сотрудников, разработать систему мотивации и обучения персонала, а также необходима вовлеченность руководителя во все аспекты организационной культуры.

Одним словом создать сообщество людей, которые будут разделять ценности, философию, виденье и миссию компании. Такие сотрудники будут преданы своей компании и будут стараться вносить свой вклад в реализацию стратегии и достижения успеха компании.

Исследование проведенное компанией Glassdoor показало, что важными факторами корпоративной культуры для сотрудников является [1]:

- семейная атмосфера в компании — «чувство, что, уходя из своей семьи, ты приходишь во вторую семью»;
- атмосфера команды, когда ты чувствуешь поддержку от других сотрудников;
- компания разделяет те же ценности, что и сотрудник, что позволяет сотруднику чувствовать, что делает нужное дело.

Для подтверждения вклада организационной культуры в успех компании приведём примеры организационных культур известных компаний.

Например, в Google сформировалась уникальная корпоративная культура. Основная миссия компании: упорядочить всю имеющуюся в мире информацию и обеспечить к ней быстрый и удобный доступ [3]. Организационная культура компании Google – это в первую очередь люди. Они обеспечивают повышение конкурентоспособности и эффективности деятельности предприятия путем развития его управленческого потенциала и повышения качества управления персоналом.

Также компания имеет отличительную политику подбора персонала, которая заключается в отсутствие дискриминационных подходов и в предпочтение при найме наиболее способных кандидатов в независимости от опыта их работы. Соблюдение принципов организационной культуры Google и позволило создать сплоченную команду, обслуживающую мировую аудиторию пользователей Google.

Компания Adobe славится своим доверием к сотрудникам и не боится доверить им

выполнение сложных проектов и задач. Продукты Adobe считаются синонимом творчества, поэтому максимум внимания уделяют тем, кто их создает. Например, Adobe не использует рейтинги, которые показывают кто из сотрудников на каком уровне работает. Они считают, что подобные вещи только способствуют демотивации сотрудников.

Менеджеры выполняют роль тренеров, которые пытаются установить для сотрудников цели и определить, как их оценят в итоге. Каждый сотрудник знает, что если он выполнит работу на высоком уровне, то это обязательно оценят. В то же время никого не наказывают за ошибки.

В компании IKEA ключевой фигурой в организационной культуре является её основатель Инград Кампрад. Компания старается ввести и донести основные ценности культуры не только для своих сотрудников, но и до клиентов компании.

Для организации важно, чтобы сотрудники осознавали, что именно они являются носителями этой культуры. Сотрудники компании верят в то, что своим трудом помогают изменить мир к лучшему. Их бизнес-философия базируется на принципах процесса демократизации.

Главный лозунг IKEA звучит так: «Изменить к лучшему повседневную жизнь многих людей» [5].

Организационная культура представляет собой взаимодействие материальной и духовной жизни коллектива: доминирующие в нем моральные нормы и ценности, принятый кодекс поведения ритуалы, традиции, которые формируются с момента образования организации и разделяются большинством ее сотрудников.

Таким образом, сильная и разделяемая всеми членами компании организационная культура способна привести компанию к успеху, эффективному развитию и к повышению конкурентоспособности на рынке.

Список литературы:

1. Десять компаний с лучшей корпоративной культурой [Электронный ресурс] URL: https://news.rambler.ru/economics/26589018/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink
2. Козлов В.В. Организационная культура: учебное пособие / В.В. Козлов, Ю.Г. Одегов, В.Н. Сидорова; под ред. М.Н. Кулапова. – М. : КНОРУС, 2013. – 272 с. – (Бакалавриат).
3. О компании Google [Электронный ресурс] URL: <https://www.google.ru/about/>
4. Пригожин А.И. Методы развития организаций. – М.:МЦФЭР, 2003. – 863.
5. Секреты корпоративной культуры мировых корпораций [Электронный ресурс] URL: <https://www.hr-director.ru/article/65884-qqq-16-m2-sekretu-korporativnoy-kultury-mirovyh-korporatsiy>
6. Литвинова Н.П. Организационная культура предприятия: Аналитический аспект / Экономические, экологические и социокультурные перспективы развития России, стран СНГ и ближнего зарубежья материалы Международной научно-практической конференции: в 2 частях. Ответственный редактор Бугланова Э.П. 2014. С. 172-180.