

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ И КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА: ТОЧКИ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ И СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

Авторы: Нургалиева Дания, Телятникова Мария, студентки университета «Болашак» факультета «Экономики, техники и права», специальность финансы. Республика Казахстан, город Кызылорда.

Термин «организационная культура» охватывает большую часть явлений духовной и материальной жизни коллектива: доминирующие в нем материальные ценности и моральные нормы, принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, манера персонала одеваться и установленные стандарты качества выпускаемого продукта. С проявлениями организационной культуры мы сталкиваемся, едва переступив порог предприятия: она обуславливает адаптацию новичков и поведение ветеранов, находит отражение в определенной философии управленческого звена, прежде всего высших руководителей, реализуется в конкретной стратегии организации. Культура оказывает всепроникающее воздействие на деятельность организации. Организационная культура – сегодня популярная и актуальная тема. Целенаправленное формирование организационной культуры может позволить:

- эффективно использовать человеческие ресурсы компании для реализации ее стратегии;
- повысить уровень управляемости компанией;
- усилить сплоченность команды;
- использовать как стратегический мотивирующий фактор, направляющий сотрудников на достижение целей компании.

Организационная культура взаимосвязана и взаимообусловлена с общественной культурой и в то же время имеет относительную замкнутость в своем развитии. Ее развитие (развитие организационного культурного продукта) проявляется также в двойственной форме – материальной и нематериальной. При этом необходимо подчеркнуть, что организационная культура – это явление, которое выделяет организацию среди других организаций и социальных объединений. Под организацией в самом общем смысле понимается большая искусственно созданная группа, объединенная общей целью и совместной деятельностью по достижению этой цели. Организационная культура не только помогает организации выжить, расти и развиваться, но и определяет возможности оптимальной интеграции, адаптации к изменяющимся условиям внешней социальной среды. Организационная культура интегрируется из недр общественной культуры и активно влияет на ее формирование.

Интерес к организационной культуре возник из области организационного поведения, которая изучает общие подходы, принципы, законы и закономерности в организации. Цель организационного поведения помочь сотрудникам более эффективно выполнять свои обязанности и получать от этого удовлетворение. Для того чтобы реализовать эту цель, нужно определить ценности личности и организации в целом. Речь идет о нормах, правилах, стандартах в организационном поведении. Любое организационное поведение оценивается общественными мерами. В результате из организационного поведения выделилось новое научное направление – организационная культура.

Некоторые исследователи предлагают более дробную структуру организационной культуры. Так, Ф. Харрис и Р. Моран предлагают рассматривать организационную культуру на основе следующих характеристик.

Таблица 1.1. Атрибуты и характеристики организационной культуры

Характеристика организационной культуры	Что понимается подданной характеристикой.
---	---

1. осознание себя и своего места в организации	одни культуры ценят сокрытие работником своих внутренних настроений, другие – поощряют их внешнее проявление
2. коммуникационная система и язык общения	использование устной, письменной, невербальной коммуникации различается от группы к группе, от организации к организации
3. внешний вид	одежда и представление себя на работе
4. осознание времени, отношение к нему и его использование	степень точности и относительности времени у работников, соблюдение распорядка и поощрение за это
5. взаимоотношения между людьми	по возрасту и полу, статусу и власти, мудрости и интеллекту, опыту и знаниям
6. ценности и нормы	что люди ценят в своей организационной жизни и как эти ценности сохраняются
7. вера	вера в руководство, успех, свои силы, справедливость, в этическое поведение
8. процесс развития работников	Бездумное или осознанное выполнение работы, полагаются на интеллект или на силу, подходы к объяснению причин
9. трудовая этика и мотивирование	отношение к работе и ответственность за неё, качество и оценка работы, вознаграждение

Несомненно в жизни предприятия организационная культура имеет особое значение. Значение культуры возрастает с течением времени, поскольку ее корни лежат глубоко в убеждениях людей. Она отражает опыт прошлых решений, приводивших к успеху дела. Организационная культура может служить на пользу организации, создавая обстановку, способствующую повышению производительности труда и внедрению нового. Современные руководители и управляющие рассматривают свою организационную культуру как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения и отдельных лиц на общие цели, мобилизовать инициативу сотрудников, обеспечивать преданность и облегчить общение. Они стремятся создать собственную культуру для каждой организации так, чтобы все сотрудники понимали и придерживались ее. Значительное влияние на организационную культуру оказывает то, какое поведение персонала поддерживается, а какое угнетается при сложившейся практике управления. Насколько приветствуются руководством проявления самостоятельности и инициативы со стороны подчиненных. Замечено, что высококвалифицированные кадры меньше зависят от воли управляющих, но больше поддаются таким неформальным факторам привязки к фирме и, как следствие, исполнительности, как увлекательность работы, возможность проявить себя в решении нестандартной рыночной задачи, родственное в психологическом и социальном плане окружение, неоднозначность перспектив. Во многом может определять культуру организации культура ее лидера (его личная вера, ценности и стиль). Лидерство – важный компонент руководства, т.е. способность влиять на людей, побуждать их действовать для выполнения цели. Должность руководителя не означает автоматического лидерства. В научном подразделении нередко лидером является сотрудник, предлагающий новые идеи и концепции, а руководитель занимается преимущественно организационными вопросами. Задача руководителя – стать не формальным, а подлинным лидером. Это повышает неформальные организационные качества подразделения, эффективность его

работы. Наиболее удачное сочетание: руководитель одновременно и лидер, и хороший управляющий. Лидерство можно воспринимать как процесс совершенствования организационной культуры, позволяющий развивать такие элементы, которые в своей совокупности будут обеспечивать эффективную деятельность организации по реализации стратегических целей. Если нет заботы о повышении эффективности организационной деятельности, то воздействие лидера на организационную культуру теряет смысл. С учетом вышеупомянутой роли лидера его задачами являются:

1. Выделение уникальных черт субкультур различных стабильных социальных групп и интеграция этих особенностей в ведущую культуру;

2. Культивирование таких черт культуры, которые определяют эффективность организации (посредством мотивации и обучения персонала);

3. Изменение тех черт общей культуры или субкультуры определенной группы, которые препятствуют эффективной деятельности организации.

Организационная культура включает в себя культуру управления. Культура управления, как и организационная культура в целом должна соответствовать направлению деятельности организации и тому, какой организация должна быть в идеале, то есть соответствовать стратегическим целям организации и способствовать их реализации. Стратегия организации, опирающаяся на требования рынка и более подходящая при динамичном окружении, предполагает культуру, основывающуюся на индивидуальной инициативе, риске, высокой интеграции, нормальном восприятии конфликтов и широком горизонтальном общении. Стратегия, диктуемая перспективами развития производства продукции, фокусируется на эффективности, лучшей работе при стабильном окружении. Она более успешна, когда культура организации предусматривает ответственный контроль, минимизирует риск и конфликты.

Таким образом, корпоративная культура с одной стороны объединяет интересы членов организации всех уровней, всех ее территориальных и отраслевых подразделений за счет формирования ощущения принадлежности, идентичности, вовлеченности в дела организации и приверженности ей; подтверждает их причастность к организации за счет соблюдения корпоративных (общих для всей организации) традиций, обрядов, ритуалов, следования принятым нормам и образцам поведения, принятие атрибутов корпоративной принадлежности (элементы корпоративной символики, фирменный стиль). С другой стороны - проводит границу между «мы» (организация, коллеги, профессионалы) и «они» («другие», конкуренты, внешняя среда), что обеспечивает лояльность сотрудников компании их преданность и приверженность фирме, а так же служит барьером для проникновения нежелательных тенденций и отрицательных ценностей, из внешней среды. Иначе говоря, корпоративная культура служит внутренним фильтром – «притягивая» подходящих сотрудников с соответствующими интересам и требованиям организации качествами, представлениями, образцами поведения и «выталкивая» всех неугодных, не вписавшихся в традиции, нормы и стандарты данной организации.

Литература

1. Большой словарь иностранных слов [Электронный ресурс]: URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/21136 (дата обращения 19.10.2011).
2. Большой юридический словарь [Электронный ресурс]: URL: http://www.info-law.ru/dic/1/id_2971 (дата обращения 19.10.2011).
3. Словарь синонимов [Электронный ресурс]: URL: http://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_synonims/ (дата обращения 19.10.2011).
4. Спивак В. А. Корпоративная культура/ В. А. Спивак - СПб.: Питер, 2001. – 352 с.
5. Баландина Т.М. Организационная культура в системе культурного пространства общества. Вестник СГАУ. 2005. – с. 60–63.

6. Баландина Т.М. Организационная культура в системе культурного пространства общества. Вестник СГАУ. 2005. – №2 – с. 73–76.
7. Богатырев М. Организационная культура предприятия 2005 с. 104–111.
8. Виханский О.С. Менеджмент: учеб. – 3-е изд./ О.С. Виханский, А.Н. Наумов. - М.: – Гардарики, 1999. – 358 с.
9. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник. – 2-е издание, – М.: Гардарики, 2005. – 158 с.