

УДК 316.35

***К ВОПРОСУ О ФУНКЦИЯХ И СВОЙСТВАХ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ  
КУЛЬТУРЫ КОМПАНИИ***

***Подольнец В. А.***

*Студент кафедры социологии и управления*

*Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова,  
Белгород, Россия*

***Демененко И.А.***

*Старший преподаватель кафедры социологии и управления*

*Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова,  
Белгород, Россия*

**Аннотация.** В статье актуализирован вопрос о функциях и свойствах организационной культуры компании. Авторами рассмотрены основные элементы организационной культуры компании, а также её свойства и функции.

**Ключевые слова:** Организационная культура, компания, функции, свойства.

***TO THE QUESTION ABOUT THE FEATURES AND PROPERTIES OF THE  
ORGANIZATIONAL CULTURE OF THE COMPANY***

***Podolianets V.A.***

*Student, Department of sociology and management,*

*Belgorod state technological university. V. G. Shukhov,  
Belgorod, Russia*

***Demenenko I.A.***

*Senior lecturer in sociology and management,*

*Belgorod state technological University. V. G. Shukhov,  
Belgorod, Russia*

**Annotation.** The article raises the question of the functions and properties of the organizational culture of the company. The authors consider the main elements of the organizational culture of the company, as well as its properties and functions.

**Keywords:** Organizational culture, company, functions, properties

Очевидно, что в существовании компании организационная культура играет особую роль. Роль культуры увеличивается с течением времени, так как её истоки лежат глубоко в мировоззрении людей. Она отображает опыт предыдущих выводов, приводивших к успеху процесса. Организационная культура способна быть полезной для компании, формируя обстановку, содействующую увеличению производительности труда и нововведениям. Прогрессивные руководители рассматривают свою организационную культуру как крупный стратегический инструмент, предоставляющий направлять любое подразделение и отдельных лиц на общие цели, привлекать инициативу работников, гарантировать лояльность и упростить взаимодействие. Они стараются разработать собственную культуру ради любой компании так, чтобы все работники осознавали и придерживались её. Существенное воздействие на организационную культуру выражает то, какое поведение сотрудников поддерживается, а какое подавляется при сформировавшейся практике управления [2]. В какой степени приветствуются начальством проявления самостоятельности и инициативы со стороны работников.

Единая совокупность функций организационной культуры фирмы остается стабильной. Она содержит в себе следующие функции:

1. Познавательная функция - дает возможность рабочему осуществить в рамках организационной культуры такие индивидуальные мотивы как любознательность, тяга к анализу и научным исследованиям, стремление лучше понять общество и свое в нем место, установить статус в конкретном коллективе людей, а также проанализировать свои слабые и сильные стороны.

2. Мотивирующая функция. Принадлежность к мощной организационной культуре уже сама по себе считается сильным катализатором к повышению производительности, желанию работать в интересах своей компании. Высокая миссия, великие цели, образцовые благожелательные отношения, обдуманная концепция материального и нематериального стимулирования, демократический стиль и процедуры управления, будучи элементами организационной культуры, обладают колоссальным мотивирующим влиянием на службу персонала компании;

3. Коммуникационная функция. Посредством исследования результативных коммуникаций увеличивается вовлеченность каждого сотрудника в деятельность компании, в решаемые трудности. Эта роль дает возможность удовлетворить естественную и крайне важную необходимость в информации;

4. Ценностно - образующая функция. Развитие у людей представлений и отношений к смыслу существования и верного понимания тех ценностей, какие дает окружающая среда. Множество систем ценностей и склонность к какому-либо воздействию иногда вынуждают человека воздержаться от положительных общечеловеческих ценностей и эталонов, подбирая жесткие, антигуманные, корыстные или же безнравственные ценностные ориентиры. Подбор и изучение человеком ценностей обусловлены чувством его идентичности, приспособления к той либо другой небольшой группе. Эти небольшие группы имеют все шансы служить своего рода фильтром, оживляя, задерживая или препятствуя изучению ценностей.

5. Нормативно - регулирующая функция. Из-за своей интеграционной ориентированности организационная структура ведет к идентификации сотрудниками себя с организацией, задает регулирующие нормы действия сотрудников, делая данные поступки прогнозируемыми и контролируемыми. Эта функция дает возможность осуществлять контроль формы поведения и восприятия, вырабатывая более подходящие формы поведения.

6. Стабилизационная (охранная) функция. Формирование системы социальной устойчивости в компании, достижения общей гармонии на основе соединяющего действия основных элементов культуры, увеличения сплоченности группы работников фирмы.

7. Инновационная внешняя функция, помогающая компании прожить в ситуациях конкурентной борьбы, завоевать передовые позиции в экономике. Базу её составляют концепция целей, направленная на потребности покупателей, готовность к риску и введению инноваций, социальная ответственность. Итогом её считаются формирование положительного стиля компании и достижение высокого престижа, как у поставщиков, так и у покупателей;

К ключевым свойствам организационной культуры относятся:

1. Динамичность. Данное свойство характерно каждой формирующейся культуре. В своем ходе культура преодолевает стадии зарождения, развития, поддержания, формирования, совершенствования и приостановки. На любой стадии возникают свои трудности увеличения, что обосновано для динамичных систем; разнообразные организационные культуры выбирают собственные пути их разрешения, наиболее или менее результативные.

Приоритетами организационной культуры быстрорастущих компаний считаются профессионализм, решительность и уверенность в собственных знаниях, стремление самосовершенствования, возможность продвижения по карьерной лестнице, подлинность и скорость передачи данных, высокий спрос к качеству. Успехи работников непременно учитываются и оплачиваются. Все это вызывает удовлетворение работой, приверженность компании и её культуре. Организационная культура должна иметь высокую динамику, гибкость и существенную способность к переменам.

Медленно растущие компании ориентируются на бюрократические общепризнанные меры, нормы и ценности, в первую очередь на власть и статус, самоутверждение, иерархию, единовластие. Подобная бюрократическая

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

культура способна довольно долгое время существовать без модификаций до тех пор, пока какие-либо значительные противоречия не подорвут её [1].

2. Строгая структурированность составляющих элементов организационной культуры. Данное свойство характеризует их иерархическая соподчиненность, присутствие у них индивидуальной степени насущности и приоритетности.

3. Системность. Она показывает, что организационная культура выступает в роли достаточно сложной системы, соединяющая отдельные части в целое, следуя конкретной миссии в среде и своим ценностям.

4. Спорность. Внутри организационной культуры может существовать большое количество локальных культур, отображающих дифференциацию культуры согласно уровню: отделам, подразделениям, возрастным группам, национальным группам и иным особенностям. Существуют и контркультуры, они отторгают групповую организационную культуру или ту или иную из её частей. Субкультура в силах быть и преобладающей организационной культурой, либо формировать в ней как бы второе измерение. В первом случае такое возможно, когда субкультура является культурой основного аппарата управления, культурой круга президента фирмы, управленцев и т.п. В другом случае, основные ценности преобладающей культуры принимаются членами какой-либо из её групп одновременно с отдельным комплектом для себя и других, как правило, никак не конфликтующих ценностей - подобное возможно видеть в периферии компании либо в территориальных органах управления. Субкультуры считаются результатом предыдущих трудностей и навыка подразделений компании. Контркультуры имеют все шансы находиться в непосредственной оппозиции к структуре власти и органов управления или в оппозиции к конкретным составляющим единой организационной культуры, её структурным элементам, нормам отношений, ценностям и т.п.

5. Разделяемость. Каждая организационная культура живет и продуктивно формируется только благодаря тому, что её постулаты, нормы и

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМЭ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

ценности разделяются сотрудниками. Чем больше степень разделяемости, тем больше значительное и сильное воздействие на действия кадров компании оказывают общепризнанные нормы и ценности, миссия, кодексы и прочие структурные части организационной культуры.

6. Относительность. Она выражается в том, что организационная культура не является вещью в себе, а регулярно соотносит личные составляющие, как с собственными целями, в частности и с находящейся вокруг действительностью, иными организационными культурами, фиксируя при этом собственные слабые и сильные стороны, пересматривая и улучшая те либо другие характеристики.

Понимание свойств и функций организационной культуры компании способствует развитию ее стратегии в необходимых для фирмы направлениях. Развитие организационной культуры в соответствии с потребностями персонала компании, ее клиентов и аппарата управления – главная задача управленца. Отсутствие либо дефицит внимания к формированию организационной культуры приводят к дальнейшей тенденции: у работников такой фирмы отсутствует понимание о собственной миссии, а ведь именно на её основе формируются цели и критерии производительности принимаемых решений.

### **Библиографический список**

1. Грошев, И.В. Организационная культура: Учебник. М.: ЮНИТИ, 2015. 535 с.
2. Шейн, Э.Х. Организационная культура и лидерство. СПб.: Питер, 2013. 351 с.

*Оригинальность 97%*

