

УДК 331.1

***ПОКАЗАТЕЛИ ВЛИЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА
РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ***

Тимошина И. Р.

Студентка кафедры социологии и управления

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.

Шухова,

Белгород, Россия

Демененко И. А.

К. с. н., доцент кафедры социологии и управления

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.

Шухова,

Белгород, Россия

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы воздействия организационной культуры на развитие организации, а также ее роль в управлении персоналом и становлении компании.

Ключевые слова: организационная культура, управление компанией, управление кадрами, механизмы управления, развитие компании.

***INDICATORS OF INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL CULTURE ON
THE DEVELOPMENT OF THE COMPANY***

Timoshina I. R.

Student, Department of sociology and management,

Belgorod state technological university. V. G. Shukhov,

Belgorod, Russia

Demenenko I.A.

Candidate of sociology, associate Professor of sociology and management

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

Annotation

The article deals with the impact of organizational culture on the development of the organization, as well as its role in personnel management and the formation of the company.

Keywords: organizational culture, company management, personnel management, management mechanisms, company development.

Каждая компания формируется для достижения той или иной определенной цели. От того, насколько предприятие благополучно справляется с решением единичных вопросов для реализации поставленных целей, зависит её организационная продуктивность. Воздействие организационной культуры на результативность компании велико, т.к. именно она считается механизмом приведения в соответствие интересов членов группы и компании. В успешно работающих организациях есть собственная культура, которая приводит их к достижению положительных итогов. Организационная культура дает возможность различать одну организацию от другой, формирует атмосферу идентифицированности для членов компании, генерирует верность целям компании; укрепляет социальную устойчивость; работает контролирующим механизмом, который ориентирует и создает отношения и поведение сотрудников.

Организационная культура отражает не только имидж и направленность деятельности фирмы, но и играет немаловажную роль в эффективности работы предприятия или компании.

Влияние культуры на организационную производительность обуславливается, прежде всего, её соответствием общей стратегии компании [1]. Можно отметить два пути воздействия организационной культуры на жизнедеятельность компании. Первый – культура и поведение взаимно
Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

воздействуют друг на друга. Второй – культура оказывает большее влияние не столько на то, что люди конкретно они делают, сколько на то, каким образом они это осуществляют.

Исследование влияния культуры на организационную эффективность объединено с подбором подхода и переменных, посредством которых отмечается воздействие культуры на компанию. На сегодня существуют разнообразные подходы к выделению набора переменных. Любая из имеющихся моделей воздействия культуры использует собственный личный критерий развития набора организационных переменных.

Набор переменных, предпочитаемых руководством с целью анализа производительности компании, может быть связан напрямую со степенью организационного взаимодействия: предприятие – внешняя среда; группа – группа; человек – предприятие. При этом для любого уровня (человек, группа, предприятие) могут измеряться как результативность их функционирования с точки зрения интересов компании, так и удовлетворенность [3]. Помимо этого, любая из указанных групп переменных может рассматриваться во временном аспекте, т.е. быть преимущественно направленной на краткосрочную либо долгосрочную перспективу.

Влияние культуры на принятие решений осуществляется через разделяемые верования и ценности, создающие у членов компании стабильный набор базовых теорий и предпочтений. Поскольку организационная культура может содействовать сведению к минимуму разногласий, то процесс принятия решений становится более результативным.

Сущность процесса контроля состоит в стимулировании поступков в направлении достижения установленных целей. В природе управления имеются три механизма контроля: рынок, управление, клановость. Как

правило, в организациях содержатся все три механизма сразу, но в разной степени.

При рыночном механизме контролирования полагаются в основном на ценовую политику. Как правило, меняющиеся цены и платежи должны подтолкнуть требуемые перемены в компании. Управленческий механизм контролирования основывается на формальном авторитете. А процедура данного механизма заключается в изменении правил и действий, осуществляемых посредством издания директив.

Клановый механизм контролирования полностью базируется на разделяемых верованиях и ценностях. Именно от них отталкиваются члены компании при исполнении своих действий. Подразумевается также, что сотрудники достаточно привержены компании, понимают, как поступать в рамках этой культуры. По мере увеличения и формирования компании клановый механизм сменяется управленческим, а затем и рыночным.

Воздействие культуры на коммуникации случается по двум направлениям. Первое – это дефицит необходимости коммуницировать в делах, по которым наблюдаются разделяемые теории. В том случае конкретные поступки совершаются как бы без слов. Второе – разделяемые теории гарантируют направленность и проявляют поддержку в интерпретации получаемых уведомлений. Так, если в компании сотрудник не считается придатком машины, то и новость о будущей автоматизации либо роботизации не вызовет в нем шока.

Содержание культуры оказывает большое влияние также на сущность коммуникации. В одних организациях ценится публичность коммуникаций, а в иных – напротив.

Индивид ощущает себя посвященным компании тогда, если он отождествляет себя с ней и ощущает определенную психологическую связь с компанией [2]. Сильная культура делает сильным сравнение и эмоции

индивида по отношению к компании. Кроме того сотрудники могут стимулировать собственные действия в желании помочь компании.

Восприятие индивидом организационной действительности или то, что он видит, обусловлено в существенной мере тем, что говорят об увиденном его сослуживцы, разделяющие с ним один и тот же опыт. Культура оказывает большое влияние на этот процесс, снабжая членов компании единой интерпретацией их опыта. В организациях, где высоко ценится своевременный сервис потребителя, понимание недостатка в ресурсах для работы не будет интерпретировано как потребность модификации выработанного местоположения к клиенту. В обратном случае потребитель может всерьез пострадать.

Культура может помочь людям в компании функционировать осознанно, обеспечивая оправдание их действиям. В фирмах, где ценится риск, индивид идет на него, понимая, что в случае провала он никак не станет наказан и что из провала будут извлечены уроки на будущее. Оправдываемые подобным способом поступки обостряют существующее поведение, в особенности если оно вписывается в обстановку. Этот процесс считается источником средств для изменения самой культуры. Так как общество применяет культуру с целью оправдания поведения, то можно менять культуру через преобразование в поведении. Но для успеха данного процесса следует обеспечить, чтобы общество не могло бы защищать свое новое поведение «старой» культурой.

Руководству любой компании необходимо правильно расставлять приоритеты для определения основных направлений организационной культуры. Формальные и неформальные лидеры, экономическая составляющая, имидж компании – все эти элементы влияют на деятельность фирмы и их можно использовать как инструменты для совершенствования существующей корпоративной культуры. Также, стоит помнить, что организационная культура – не всегда представляет собой истинные

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

ценности и цели компании. Для того, чтобы они были взаимосвязаны – должна быть проделана немалая работа, созданы все условия для того, чтобы организация работала успешно и могла исполнять не только цели ее владельцев и руководства, но и рядовых сотрудников.

Таким образом, организационная культура представляет немаловажную значимость в деятельности каждой компании, однако быть её главной силой она может только в том случае, если будет согласована со стратегией фирмы. Часто в компании создается эта культура, которая воплощает ценности и способы их лидеров. Определенные руководители навязывают своим подчиненным художественную направленность, прочие – религиозную и т.д., однако при этом данный набор должен непременно отвечать миссии, целям и предназначению компании.

Библиографический список

1. Кемерон К. Диагностика и изменение организационной культуры: пер. с англ. / К. Кемерон, Р. Куинн; под ред. И. В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2001. – 320 с.
2. Коваленко С. В. Влияние корпоративной культуры предприятия на организационную эффективность / С. В. Коваленко, О. И. Юрасова // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 3. – С. 279–282.
3. Гулей И.А., Папанова О.А. Организационная культура как маркетинговый актив конкурентоспособности вуза // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. - 2014. - № 4. - С. 197-200.

Оригинальность 78%