

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ЕЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА

Ланкина М.Ю., Подопригра М.Г., Едалова Е.С.

ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»,

Ростов-на-Дону, e-mail: mgpodoprigora@sfnu.ru

Многочисленные исследования показывают, что процветание организации непременно связано с высоким уровнем культуры, который формируется в результате продуманных действий. Различные практики управления организационной культурой позволяют предприятиям достигать стратегических целей за счет развития внутреннего потенциала и повышения своего уровня компетентности. Однако прежде чем управлять организационной культурой, необходимо определить типологию отношений внутри компании. Данная статья посвящена исследованию зависимости типа организационной культуры (согласно концепции Г. Клейнера) от стержневого фактора производства в деятельности организации – материалоемкость, фондоемкость, наукоемкость или трудоемкость. Обозначены эталонные типы культур. Кроме того, в работе предложены стратегические варианты методов достижения желательного состояния организационной культуры, а также обоснована роль организационной культуры в процессе формирования интеллектуального потенциала организации.

Ключевые слова: организационная культура, интеллектуальный потенциал, методы формирования культуры

ORGANIZATIONAL CULTURE AS A FACTOR OF CREATION AND DEVELOPMENT OF ITS INTELLECTUAL POTENTIAL

Lankina M.Y., Podoprigora M.G., Edalova E.S.

Southern Federal University, Rostov-on-Don, e-mail: mgpodoprigora@sfnu.ru

Numerous studies have shown that success of any organization is based on the high level of corporate culture, which is formed as a result of a well thought through actions. Different corporate culture management practices enable enterprises to achieve strategic goals through the development of the potential and increase of competence of its own staff resources. However it's important to define the type of organizational culture before starting to manage it. In this article we research correlation and dependency of the organizational culture type (according to the concept G. Kleiner) and core production factor-material capacity, capital capacity, knowledge base capacity or time consuming. Model corporate culture types are defined. In addition, articles proposes strategic methods for achievement of desired level of organizational culture as well as defines the role of organizational culture in creating intellectual capacity of the organization.

Keywords: organizational culture, intellectual potential, methods of formation of culture

Каждая организация нуждается в знаниях, которые различными способами объединяются и взаимодействуют, развиваются и распространяются, становясь опорным ресурсом предприятия. Ключевым процессом развития знаний является взаимодействие между людьми, определяющее собой социальный потенциал организации, иначе «сеть социальных взаимоотношений», которые являются ценным ресурсом для решения социальных вопросов [9]. Управляемые социальные взаимоотношения особенно важны для распространения знаний в компании. Наладить доверительные связи в коллективе, способствующие распространению знаний, может культура организации.

Целью данной работы является исследование феномена организационной культуры как одного из основных факторов развития интеллектуального ресурса организации.

Для достижения данной цели в статье решены следующие задачи:

1. Анализ сущности организационной культуры, изучение ее типов.

2. Исследование приемлемых типов организационной культуры для предприятий различных типов.

3. Формирование модели стратегических вариантов методов достижения желательного состояния организационной культуры.

4. Выделение факторов, приводящих организационную культуру организации к оптимальному типу, способствующему развитию ее интеллектуального потенциала.

Рассмотрим подробнее результаты решения вышеперечисленных задач.

Результаты исследования и их обсуждение

Организационная, или корпоративная, культура – это шаблонный образ мыслей,

ощущений и реакций, присущих организации либо ее внутренним подразделениям. Это уникальная «духовная программа», отражающая «индивидуальность» организации. Корпоративная культура ориентирует всех работников на то, что является для организации ценным и важным, указывает, какое поведение считается допустимым. Многочисленные исследования показывают, что процветание организации непременно связано с высоким уровнем культуры, который формируется в результате продуманных действий.

Различные практики управления организационной культурой позволяют *предприятиям достигать стратегических* целей за счет развития внутреннего потенциала и повышения своего уровня компетентности. Однако прежде чем управлять организационной культурой, необходимо определить типологию отношений внутри компании. Несомненный интерес представляет типология отношений, предложенная Ч. Ханди [8]:

- культура власти – ситуация, при которой личная власть является доминирующим фактором в отношениях (культ власти);
- культура должности – рациональная ролевая структура отношений, в которой характер отношений определяется соотношением должностей участников (культ должности);
- культура задачи – культура, ориентированная на выполнение проектов, доступность ресурсов для каждого лица, выполняющего тот или иной проект (культ проекта);
- культура личности – ориентация на личность как на базовую ценность организации (культ личности).

Исследование и обобщение характерных ситуаций в коллективах конкретных предприятий России позволили выделить следующие типы трудовых коллективов [3].

Тип «Стая» характеризуется напряженностью, соперничеством и враждебностью, поскольку положение отдельного сотрудника определяется его отношениями с «вожаком». Данный тип трудового коллектива успешно используется на предприятиях, где результат деятельности определяется независимыми индивидуальными усилиями каждого работника.

Тип «Семья» связан с наибольшей степенью информационной прозрачности внутри коллектива, возможностью мультипликативных эффектов от объединения усилий. Подобный тип характеризуется тесной взаимосвязью интересов работников и руководителей с интересами коллектива в целом.

Тип «Автобус». Коллектив может рассматриваться как временное сообщество людей, заинтересованных достижением конечной цели. Взаимоотношения в коллективе сведены к минимуму, поскольку не влияют ни на достижение конечной цели, ни на благосостояние сотрудников.

Тип «Улей» характеризуется жесткой структурированностью. Место каждого сотрудника определяется в иерархии в соответствии с его трудовой активностью, функциональными возможностями и пр.

Тип «Стадо» определяется минимальными взаимоотношениями между членами коллектива и отсутствием у них выраженных индивидуальных функций. Деятельность коллектива повинуется силе традиций, привычек или инстинкта.

Тип «Пауки в банке» характеризуется напряженными отношениями между сотрудниками и практически несущественной ролью руководителя. Гиперконкуренция, возникающая в коллективе, может принести положительный эффект в краткосрочном периоде, в долгосрочном периоде данный тип коллектива не имеет шансов на функционирование.

Целесообразно предположить, что различные типы организационных культуры имеют неодинаковую значимость для предприятий с различным характером деятельности. Выдвинув данную гипотезу, авторами настоящей статьи было проведено исследование в форме экспертного анкетного опроса построения вопросов по методу Лайкерта и с использованием метода парных сравнений Саати. Сгруппировав организации по типам – материалоемкие, фондоемкие, наукоемкие и трудоемкие, авторы получили следующие результаты (таблица).

Оценка оптимальности типа трудового коллектива с учетом стержневого фактора производства в деятельности организации

Типы коллективов	Материалоемкое предприятие	Фондоемкое предприятие	Наукоемкое предприятие	Трудоемкое предприятие
«Семья»	0,42	0,36	0,39	1,00
«Стая»	0,50	0,53	1,00	0,69
«Автобус»	0,69	1,00	0,68	0,27
«Пауки в банке»	0,13	0,17	0,14	0,08
«Улей»	1,00	0,65	0,50	0,46
«Стадо»	0,09	0,08	0,09	0,19

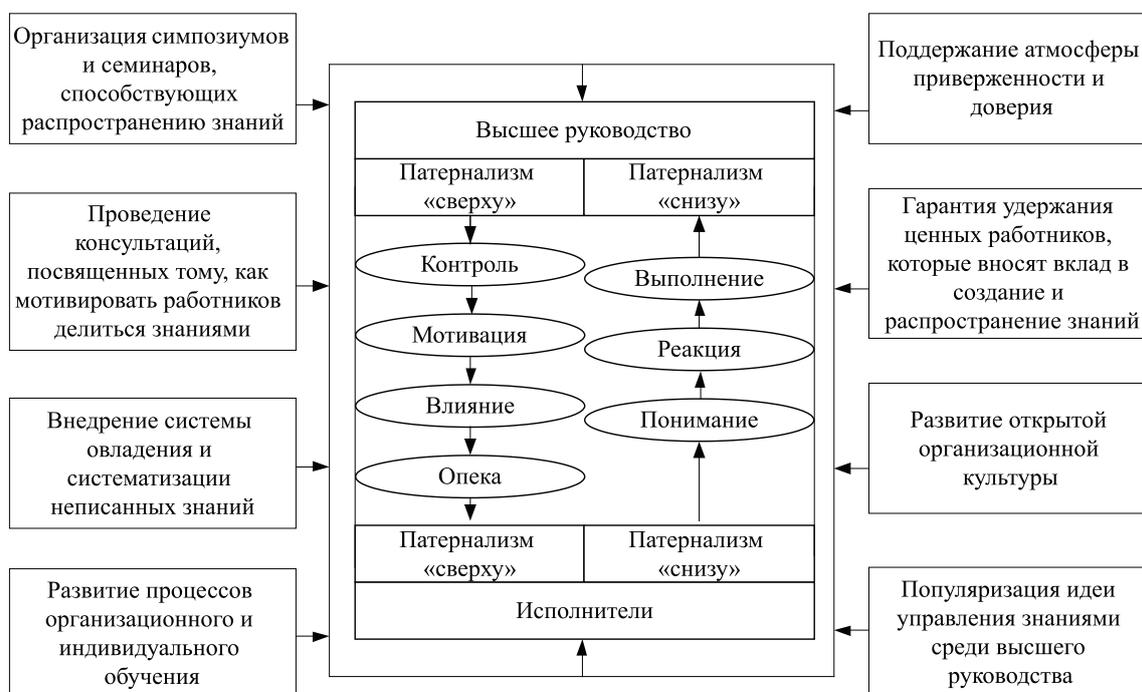
Для примера рассмотрим наукоемкие предприятия. Как видно из таблицы, для них наиболее предпочтительным типом организационной культуры становится тип «Стая» (также возможным типом является «Автобус»). Это может означать, что для эффективного функционирования данного типа организации нормальным будет считаться индивидуализм, минимальные неформальные взаимоотношения между собой, наличие соперничества, высокой степени патернализма. Однако наравне с этим, от каждого сотрудника требуется и максимум профессионализма [5], вовлеченности [2] и компетентности, в том числе и от руководства.

Для каждой организации необходимо понимать текущее состояние культуры. И если оно оказывается далеким от эталонного, то необходимо разработать стратегические варианты методов достижения желательного состояния организационной культуры.

По мнению Г. Клейнера, в наибольшей степени методы формирования, поддержания и развития организационной культуры можно охарактеризовать как «воспитание» [3]. Отметим, что социальная среда предприятия относительно

распространения культуры является анизотропной: влияние распространяется вдоль иерархической лестницы сверху вниз (иногда по горизонтали) и практически никогда – снизу вверх. Усилить эффективность разработанных мероприятий по воспитанию сотрудников, позволит реализация патернализма в сфере социальной политики организации. Под патернализмом понимается тип производственных отношений, который характеризуется определенными чертами управленческой традиции, стереотипами восприятия руководства, типом построения структуры предприятия, характером и стилем отношений между уровнями и элементами его структуры [6].

Воздействие высшего руководства на исполнителей проявляется в форме управления: контроля, различных способах мотивации, особых формах влияния, наставничества и опеки – своеобразный патернализм «сверху» [4]. Исполнители не в состоянии «воспитывать», опекать или оказывать влияние на высшее руководство, восприятие полученной информации, адекватная реакция на различные формы давления, используемые руководством организации, оказывается патернализмом «снизу» (рисунок).



Стратегические варианты методов достижения желательного состояния организационной культуры

Данные процессы неразделимо взаимосвязаны, хотя возможно неоднозначное понимание и толкование действий различными слоями системы. Параллельное развитие направлений патернализма позволяет эффективно использовать методы продвижения к желательной модели культурного пространства. Поскольку изначальной целью изменения культуры организации послужила необходимость формирования и развития сети социальных взаимоотношений, способствующих распространению знаний в компании, ее достижение возможно лишь при условии выполнения основных мероприятий:

– Организация семинаров, совещаний и симпозиумов, которые предоставляют возможность распространения знаний на основе подхода «человек – человек».

– Проведение консультаций, посвященных тому, как мотивировать сотрудников делиться знаниями и вознаграждать тех, кто это выполняет.

– Внедрение системы овладения и систематизации зафиксированных и неявных знаний.

– Развитие процессов организационного и индивидуального обучения, которые будут создавать знания и способствовать их распространению.

– Поддержание атмосферы приверженности и доверия. Проведение консультаций по построению и развитию организаций, способствующих распространению знаний через выстроенные сети социальных взаимоотношений и работу в группах.

– Гарантия удержания и поощрения ценных работников, которые в состоянии вносить вклад в создание и распространение знаний.

– Развитие открытой организационной культуры, в которой распространения знаний относятся к числу ценностей и норм.

– Популяризация идей управления знаниями среди высшего руководства, побуждение управленцев руководить и поддерживать инициативы по управлению знаниями.

Выводы

Все возрастающая роль человеческих ресурсов в условиях формирования экономики знаний, может побуждать руководство компании разрабатывать комплекс мероприятий по достижению конкурентного преимущества с помощью развития и эффективного использования уникальных ресурсов организации – знаний и опыта. С целью развития и распространения знаний необходимо добиться

от сотрудников приверженности целям и ценностям организации. Развитие в организации атмосферы доверия становится залогом эффективного распространения знаний между сотрудниками предприятия. Поощрение взаимодействия сотрудников формирует и развивает социальные ресурсы предприятия, повышает уровень компетентности персонала, что позволяет обеспечить эффективное управление интеллектуальным потенциалом организации, ориентированное на рост ее компетентности. Накопление, анализ и практическое применение информационных ресурсов, создание благоприятной среды для обмена знаниями способствуют организационному обучению. Преобразования затрагивают не только сами предприятия, которые становятся самоорганизующимися и самообучающимися, но и изменяют отношения между ними. В работе «Трансформация российских предприятий в самообучающиеся организации как необходимое условие экономической синергетики» Р.И. Акмаева и Н.Ш. Епифанова [1] утверждают, что для многих предприятий конкурентная борьба будет базироваться больше на изменении образа мышления, чем на изменении технологий. Подтверждением данных слов становится высказывание П. Сенге [7], что большинство глобальных неудач управления обусловлены и определены фундаментальными особенностями нашего мышления. Пока они (особенности мышления) остаются неизменными, никакие усилия и никакие ресурсы не дадут нам желаемых результатов. Изменение мышления способствует организационным реформам, в ходе осуществления которых будут пересмотрены ценности, стремление и поведение людей, стратегии и способы их реализации. Анри де Геус из компании Shell высказал идею необходимости организационного обучения, утверждая, что единственное конкурентное преимущество компании будущего – это способность ее менеджеров учиться быстрее, чем их конкуренты [1]. Способность организации к обучению является ее дополнительным преимуществом. Самообучающимся организациям требуются сотрудники нового типа, обладающие навыками и способностями, интеллектуальной энергией, обучаемостью, «креативностью», умением воспринимать и анализировать информацию. Эти способности представляют собой компетентность работников организации, что лежит в основе ее интеллектуального потенциала.

Список литературы

1. Акмаева Р.И. Трансформация российских предприятий в самообучающиеся организации как необходимое условие экономической синергетики / Р.И. Акмаева, Н.Ш. Елифанова // Globalinternationalscientificanalyticalproject [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <http://gisap.eu/ru/node/450?destination=node%2F450> (дата обращения: 12.05.2014).

2. Едалова Е.С. Организационная культура как фактор повышения производительности труда научно-педагогических сотрудников // Общество, культура, наука: проблемы конвергентного развития: сборник научных трудов профессорско-преподавательского состава, аспирантов и магистрантов Института управления в экономических, экологических и социальных системах ЮФУ / под ред. доктора технических наук, профессора В.В. Петрова – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2014. – С. 48–53.

3. Клейнер Г.Б. Стратегия предприятия. – М.: Изд-во «Дело» АНХ, 2008. – 436 с.

4. Ланкина М.Ю. Роль человеческого капитала в антикризисном управлении предприятием // Известия ЮФУ. Технические науки. Тематический выпуск «Информационные и гуманитарные технологии в управлении экономическими и социальными системами». – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2013. – № 6 (143) – С. 52–59.

5. Подопригора М.Г. К вопросу об эффективности и конкурентоспособности российских вузов // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2012. – № 2(16). – С. 64–70.

6. Романов П.В. Промышленный патернализм в системе социальной политики предприятий // Журнал исследований социальной политики. – 2005. – Т. 3, № 3. – С. 287–304.

7. Танец перемен: новые проблемы самообучающихся организаций / П. Сенге и др.; под ред. Е. Бережновой. – М.: Олимп-бизнес, 2004. – 71 с.

8. Hendy C.B. Understanding Organizations: Harmondsworth. – Penguin Books. – 1983. – P. 262.

9. Nahpiet. J. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage / J. Nahpiet. S. Goshal // AcademyofManagementReview. – 1998. – P. 66.

References

1. Akmaeva R.I. Transformacija rossijskih predpri-jatij v samoobuchajushhiesja organizacii kak neobhodimoe uslovie jekonomicheskoj sinergetiki / R.I. Akmaeva,

N.Sh. Epifanova // Globalinternationalscientificanalyticalproject [Jelektronnyj resurs] Rezhim dostupa URL: <http://gisap.eu/ru/node/450?destination=node%2F450> (data obrashhenija: 12.05.2014).

2. Edalova E.S. Organizacionnaja kultura kak faktor povyshenija proizvoditelnosti truda nauchno-pedagogicheskikh sotrudnikov // Obshhestvo, kultura, nauka: problemy konvergentnogo razvitija: sbornik nauchnyh trudov professorsko-prepodavatel'skogo sostava, aspirantov i magistrantov Instituta upravljenija v jekonomicheskikh, jekologicheskikh i socialnyh sistemah JuFU / pod red. doktora tehničeskikh nauk, professora V.V. Petrova Rostov-na-Donu: Izd-vo JuFU, 2014. pp. 48–53.

3. Klejner G.B. Strategija predprijatija. M.: Izd-vo «Delo» ANH, 2008. 436 p.

4. Lankina M.Ju. Rol chelovečeskogo kapitala v antikrizisnom upravlenii predprijatijem // Izvestija JuFU. Tehničeskie nauki. Tematičeskij vypusk «Informacionnye i gumanitarnye tehnologii v upravlenii jekonomičeskimi i socialnymi sistemami». Taganrog: Izd-vo TTI JuFU, 2013. no. 6 (143) pp. 52–59.

5. Podoprigora M.G. K voprosu ob jeffektivnosti i konkurentosposobnosti rossijskih vuzov // Vestnik Taganrogskogo instituta upravljenija i jekonomiki. 2012. no. 2(16). pp. 64–70.

6. Romanov P.V. Promyshlennyj paternalizm v sisteme socialnoj politike predprijatij // Zhurnal issledovanij socialnoj politiki. 2005. T. 3, no. 3. pp. 287–304.

7. Tanec peremen: novye problemy samoobuchajushhiesja organizacij / P. Senge i dr.; pod red. E. Berezhnojvoj. M.: Oлимп-biznes, 2004. 71 s.

8. Hendy C.B. Understanding Organizations: Harmondsworth. Penguin Books. 1983. pp. 262.

9. Nahpiet. J. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage / J. Nahpiet. S. Goshal // Academyof-ManagementReview. 1998. pp. 66.

Рецензенты:

Макареня Т.А., д.э.н., профессор, зав. кафедрой инженерной экономики, Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону;

Олейникова И.Н., д.э.н., профессор, декан экономического факультета, Таганрогский институт управления и экономики, г. Таганрог.