

УДК 658.3

DOI 10.51691/2500-3666_2021_10_8

***ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ПРЕДПРИЯТИЙ «НОВОЙ»
ЭКОНОМИКИ***

Чаусов Н.Ю.

к.э.н., доцент

Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского

Калуга, Россия

Дробышев Е.Э.

магистрант

Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского

Калуга, Россия

Аннотация. В статье рассматривается содержание организационной культуры на одном из предприятий «новой» экономики Калужской области. Статья написана по итогам социологического исследования. В результате анкетирования было выявлено, что в настоящее время доминирующими составляющими организационной культуры организации являются рыночная и адхократичная. Основной ценностью сложившейся культуры в организации является компетентность и профессионализм персонала. Однако эта ценность не подкрепляется возможностью реализации карьерных ожиданий работников. Сделан вывод, что в перспективе должна развиваться в первую очередь рыночная составляющая организационной культуры. Полученные результаты вносят вклад в понимание особенностей управления в глобальных организациях на территории РФ.

Ключевые слова: организационная культура, типы организационной культуры, культурное пространство организации

***ORGANIZATIONAL CULTURE OF THE ENTERPRISES OF THE "NEW"
ECONOMY***

Chausov N.Yu.

Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky

Kaluga, Russia

Drobyshev E.E.

Master's student

Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky

Kaluga, Russia

Annotation. The article examines the content of organizational culture at one of the enterprises of the "new" economy of the Kaluga region. The article was written based on the results of a sociological study. As a result of the survey, it was revealed that currently the dominant components of the organizational culture of the organization are market and adhocratic. The main value of the established culture in the organization is the competence and professionalism of the staff. However, this value is not supported by the possibility of realizing the career expectations of employees. It is concluded that in the future, the market component of organizational culture should develop first of all. The obtained results contribute to the understanding of management features in global organizations in the territory of the Russian Federation.

Keywords: organizational culture, types of organizational culture, cultural space of the organization

Проникновение в сущность такого общественного явления как организационная культура не возможно без знания и понимания управления человеческими ресурсами и менеджментом организации. Организационная Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМЭ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

культура предприятий и учреждений XXI века является предметом анализа как инструмента управления организационным поведением. Современным топ-менеджерам необходимо знать основные функции, компоненты, взаимосвязь организационной культуры с лидерством, а так же разбираться в вопросах внутренней противоречивости организационной культуры [1, с. 60-64], что и указывает на актуальность темы исследования.

Исследования показали, что в настоящее время Калужская область является регионом-лидером по целому ряду ключевых экономических показателей. В основе стратегии экономического роста региона лежит активная инвестиционная политика [2]. Калужская область предлагает инвесторам размещение производств в двенадцати индустриальных парках и на двух площадках Особой экономической зоны в Людиново и Боровске. Именно в индустриальных парках размещены предприятия «новой» экономики региона - Volkswagen, Volvo, PCMA, Samsung, Nestle Purina, L'Oreal, Continental, Total, Berlin-Chemie Menarini, STADA, AstraZeneca, Novo Nordisk, Bosco, Freight Village Ru, Fuyao Glass, Gestamp, Benteler, Magna, Karl Schmidt Spedition и другие. Это позволило обеспечить занятость более чем 30 тысячам калужан и жителям близлежащих регионов как на должностях служащих, так и на рабочих местах рабочих профессий [3, 4, 5, 6]. При этом, перед системой профессионального образования региона стоит задача подготовки специалистов с учетом особенностей работы на этих предприятиях, большая часть которых принадлежит и управляется западными инвесторами. Это требует корректировки подходов к развитию профессионального образования [7, 8, 9].

Цель исследования – провести анализ организационной культуры на в ООО «PCMA-РУС». Анализ организационной культуры материала исследования проводился на основе анкеты OSAI К. Кэмерона и Р. Куинна. Эти авторы выделяют две фундаментальные ценности, которые определяют организационную культуру. В этой двумерной системе координации ось отражает внутреннее направление (рабочая сила и другие внутренние Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

проблемы) или внешнюю компанию (внешняя среда). Вторая ось описывает структурную изменчивость. Другими словами, это направление к устойчивости и изменениям или направление к стабильности и контролю [10]. Исследования были проведены на основе анкетирования респондентов, выбранных нами в качестве экспертов. Все они работают на предприятии не менее 5 лет. Анкета OSAI может быть использована для выявления характеристик, описывающих предпочтения в организационной культуре ООО «ПСМА-РУС». В результате анкетирования были выявлены четыре вектора, связанных с развитием в организации определенных типов организационной культуры: клановой, рекламной, маркетинговой и иерархической.

Как показывают результаты опроса, в реальных данных о корпоративной культуре ООО «ПСМА-РУС» «важнейшая функция» преобладает в рыночном типе. Таким образом можно сказать, что в настоящее время организация ориентирована на конкурентоспособное и успешное поведение. Сотрудники конкурентоспособны на рынке. Лидеры стимулируют мобильность сотрудников, желание работать усерднее, переводя людей в подрядчиков на основе личной ответственности каждого. Основная ценность - успех в конкурентной среде. По мнению респондентов, общая форма лидерства в организации также связана с типом рынка. Это примеры эффективности, надежности и ориентации на конкретные результаты.

Несмотря на меньшее присутствие адхократических и иерархических составляющих организационной культуры, они значимы в организации. Руководители в таких культурах очень предприимчивы и подвижны, мотивируют личные инициативы и творчески подходят к бизнесу и деятельности сотрудников. По нашему мнению, адхократическая составляющая связана с культурой высших служащих организации, привнесенных из головных офисов, где осуществляются научные исследования и опытно-конструкторские разработки. Для организации в Калуге эти функции являются мало значимыми, так как их реализация осуществляется в организациях Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

Франции и Японии. Российская организация более ориентирована на исполнение, связь с рынком, бизнес-ориентированность и прибыль. Это более соответствует рыночному и иерархическому типу организационной культуры.

Наблюдения и анкетный опрос показывают, что организационные аспекты управления человеческими ресурсами в организации более соответствуют рыночному типу организационной культуры. Менеджмент отличается высокой уверенностью, что способствует успеху и конкурентоспособности. Модель организационного управления характеризуется требованием безопасности и одобрения работы, предсказуемости и надежности взаимоотношений. Это наблюдается в ситуациях, когда организация испытывает последствия экономического кризиса. Основными инструментом здесь является управление финансами через систему финансовых показателей и осуществления риск – ориентированного внутреннего контроля [11].

Что касается организационно-культурного фона ООО «ПСМА-РУС», наиболее заметной категорией как «существенное содержание организации» является иерархическая категория. Главный из них - официальные правила и политика. В то же время важно обеспечить рентабельность и надежность бизнес-операций.

Организационная культура ООО «ПСМА-РУС» является доминирующей категорией в актуальном профиле, например, «критерии успеха» - это иерархия рынка и, по мнению респондентов, их предпочтения сосредоточены на планировании и составлении графиков, прибыльности, реализации нижнего уровня организационного уровня. В целом, баллы с наивысшими оценками средней организационной культуры ООО «ПСМА-РУС» соответствуют рыночному типу организационной культуры (рис. 1) и определяют общие допущения, закономерности и фундаментальные ценности.

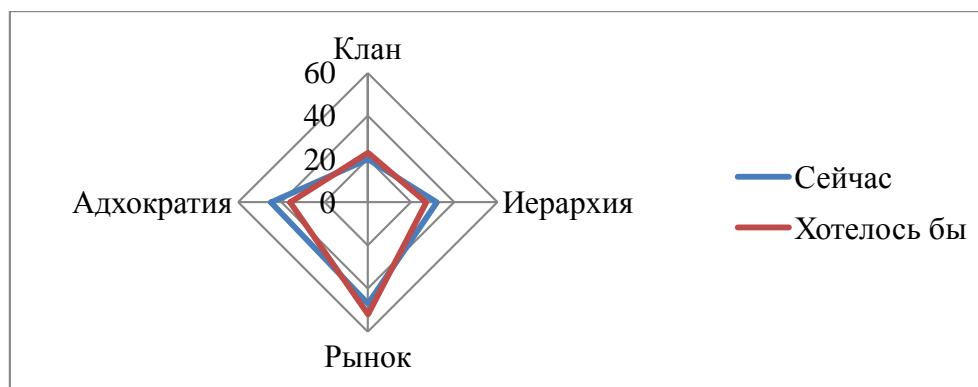


Рис. 1 - Профиль организационной культуры ООО «ПСМА-РУС»¹

Основными целями и ценностями, которые доминируют в организации с рыночной культурой, являются конкурентоспособность и производительность, которые достигаются за счет ориентации на позиционирование и внешний контроль. Рынок доминирует не только в «средней культурной организации» ООО «ПСМА-РУС», но и фактически главенствует как «наиболее важная организация», образует «общую организацию», определяет направленность деятельности персонала на развитие профессиональных навыков, ответственности и стремлению к успеху.

Основная функция администрации - направлять организацию, чтобы она была продуктивной и действенной. Это собственники и сильные конкуренты. Долгосрочная помощь направлена на конкурентоспособное поведение и достижение долгосрочных целей. Успех определяется с точки зрения рыночной доли и рыночных манипуляций. Ключ в том, чтобы стимулировать конкуренцию и продвигать продукция на рынок. Верхний прямоугольник в программе организационной культуры ООО «ПСМА-РУС» также соответствует рыночному типу организационной культуры.

Кроме того, в рыночной категории преобладают предпочтительные формы организационной культуры ООО «ПСМА-РУС», такие как «общая корпоративная модель лидерства», «управление персоналом», «организационно-интегрированный характер». Также следует отметить, что в

¹ Составлено авторами на основе анкетного опроса

долгосрочном периоде количество клановых и адхократических видов увеличивалось в средней форме организационной культуры ООО «ПСМА-РУС». Клановая культура проявляется в организации поощрением командной работы, доверия и командной независимости.

Задачи управления включают заботу о пожилых людях, создание подходящей среды, продвижение высших ценностей и лучшие условия для участия в эффективных деловых инициативах. Коммерческий успех компании зависит от долгосрочного личного развития каждого сотрудника, а успех определяется вниманием к клиентам и отношением к ним. Критериями эффективности организационной культуры являются гибкость, новаторство, индивидуальность, разделение власти, инновационный подход к решению проблем, требования к рискам, динамика и доступ к рынку [12].

Одной из основных задач анкетирования являлось выявление основных ценностей организации. Результаты опроса сотрудников ООО «ПСМА-РУС» представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Ценности организации ООО «ПСМА-РУС»

Ценность	Высказывание	Кол-во положит, ответов	Кол-во отрицат. ответов	Значение
Профессионализм	Компетентность и профессионализм – основа авторитета в нашем коллективе	58	7	0,90
Саморазвитие	Каждый работник должен развивать свой трудовой потенциал	55	10	0,85
Результаты труда	Мы ценим практический результат своей работы	55	10	0,85
Материальное вознаграждение	Каждое достижение должно материально вознаграждаться	51	14	0,78
Авторитет руководства	Наше руководство авторитетно и уважаемо	49	16	0,75
Общественное признание	Для нас значимо общественное признание	48	17	0,74
Власть	У нас ценят авторитет и силу власти	46	19	0,71

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Авторитаризм	Хороший руководитель сам принимает решение	45	20	0,70
Риск	Мы не боимся реализовывать радикальные идеи	44	21	0,67
Качество работы	Завтра больше, чем сегодня	44	21	0,67
Сплоченность	У нас ценится работа в команде	42	23	0,65
Участие	Успех фирмы – мой успех	42	23	0,65
Самостоятельность	Исполнительность – основа достижений	41	24	0,63
Интересы работника	У нас заботятся об удовлетворении интересов работников	40	25	0,62
Качество работы	Каждый заинтересован в качественной работе	40	25	0,62
Участие	Мы гордимся своим местом работы	39	26	0,60
Статус	У нас ценят не место, а человека	38	27	0,58
Ответственность	Мы не боимся ответственности	36	29	0,56
Самостоятельность	У нас приветствуется самостоятельность и инициативность	33	32	0,51
Риск	Следовать проверенным путем – залог успеха	31	34	0,47
Моральное вознаграждение	Лучший стимул в работе – забота об интересах работника	29	36	0,44
Карьера	Продвижение по служебной лестнице – символ успеха	27	38	0,42
Интерес фирмы/ Интерес личности	Главное – личный успех	27	38	0,42
Партнерство	К сотрудникам организации относятся как к рабочей силе	26	39	0,40
Отношение с внешней средой	Клиент всегда прав	23	42	0,35
Партнерство	К сотрудникам организации относятся как к партнерам	22	43	0,34
Сплоченность	У нас соперничают за личную власть и выгоду	21	44	0,33
Равноправие	Ключевые должности должны занимать мужчины	19	46	0,30
Демократия	Отношения в коллективе строго регламентированы	19	46	0,30
Коллективизм	Мнение каждого значимо	16	49	0,25
Наказание	Боязнь наказания – лучший стимул продуктивной работы	16	49	0,25
Информация	Каждый информирован о состоянии дел на фирме	13	52	0,20
Трудовая деятельность	Жизнь ради работы	10	55	0,15

На основании результатов, представленных в таблице 1, можно сделать вывод, что основными ценностями организационной культуры ООО «ПСМА-РУС» являются профессионализм, лидерские качества, авторитет и влияние, ответственность, результаты труда и качество работы.

Анализ результатов опроса позволяет сделать вывод, что культура организации относительно устойчива, поскольку ценности «критической» группы не исключают друг друга и тесно взаимосвязаны. Однако не все организационные ценности, признанные и принятые сотрудниками, на самом деле являются личными ценностями.

При анализе культурного пространства ООО «ПСМА-РУС» (рис. 2) можно выделить четыре сектора культурного пространства организации (лояльность - эмоция к компании; социальный микроклимат - чувство единства и взаимопонимания; обучение и общение - поведенческие модели организационной культуры, обмен информацией; мотивация - основные способы, которым сотрудники следуют и адаптируются к корпоративной культуре компании, осознают свое положение и роль в этой культуре и определяют свой вклад в расширение прав и возможностей), каждая из которых имеет три наиболее значимых параметра.

Рис. 2 - Культурная площадка ООО «ПСМА-РУС»²

Как показывает рисунок 2, сотрудники ООО «ПСМА-РУС» демонстрируют высокий уровень добросовестности (раздел 1) в отношении утверждения сотрудниками целей и задач Компании, а также признания и уважения Компании и ее руководителей. Также наблюдается удовлетворительный социальный микроклимат. Отличительная черта

² Составлено авторами на основе анкетного опроса

персонала - низкая мотивация к работе. Поэтому для повышения эффективности компании необходимо уделять внимание созданию условий для идентификации организации и сотрудников, устранения или уменьшения влияния факторов, не способствующих или снижающих эффективность деятельности организации.

Рассмотрим еще ряд аспектов управления, выявленных по результатам проведенного исследования.

1. Понимание сотрудниками целей организации.

Организационные цели во многом связаны с корпоративной культурой компании. С одной стороны, организационная культура должна дополнять компанию для достижения ее целей. В то же время организационные цели можно рассматривать как наиболее важный и фундаментальный компонент организационной культуры. Это потому, что для достижения целей это должно быть понято и принято большинством членов организации. Опрос показал, что 79,5% респондентов заявили, что знают основную цель организации.

2. Вовлечение сотрудников в принятие решений.

При организации деятельности в этой сфере иностранные компании руководствуются двумя основными принципами. Во-первых, сотрудник, выполняющий эту работу, лучше знает, как делать другие дела, поэтому он справляется лучше, чем кто-либо другой, кто может ее улучшить. Во-вторых, сотрудники очень преданы своим идеям.

3. Уровень восприятия сотрудниками текущей ситуации и стратегии развития компании.

Коммуникации в ООО «ПСМА-РУС» эффективны с точки зрения донесения информации до персонала. 43,2% сотрудников знакомы с ситуацией в компании и 28,8% хорошо осведомлены о стратегии корпоративного развития.

4. Определение стоимости сотрудников.

Основными ценностями культуры ООО «ПСМА-РУС» являются профессионализм, авторитет руководства, авторитет и влияние, подотчетность, результаты работы и качество работы. Однако исследование показывает различия в оценке в зависимости от возраста рабочих. Ценностный разрыв между пожилыми и молодыми составляет 41%. Вместе с тем, занятость является одним из важнейших факторов активного долголетия [13]. В свою очередь обеспечение активного долголетия рассматривается как «социальная ответственность» [14] организации перед обществом и своими работниками

5. Традиции, обряды и праздничные мероприятия.

Только треть респондентов отметили, что организация, в которой они работают, насыщена групповым отдыхом. Менее 21% считают, что организация богата традициями и обрядами. В то же время интересна специфика проведения праздничных мероприятий. По мнению подавляющего большинства респондентов, обряды связаны с определенными праздниками, но не с трудовым процессом. На содержание мероприятий в значительной мере оказывает влияние трудовой коллектив (профсоюзная организация).

6. Идентификация сотрудников компании.

Наряду с восприятием сотрудников внутри организации (через участие в принятии решений, участие в праздниках и т.д.) Эффективным фактором создания организационной культуры является восприятие сотрудников (организации) во внешней среде. Речь идет об определении имиджа компании глазами сотрудников и внешнего мира. Существует прямая зависимость между отношением сотрудников к организации и отношением клиентов к этой же организации.

В целом, проведенное исследование позволяет сделать вывод о дальнейшем развитии в организации рыночной культуры. Основной ценностью сложившейся культуры в организации является компетентность и профессионализм персонала. Однако эта ценность не подкрепляется возможностью реализации карьерных ожиданий работников. На высшие

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

должности в организации пока назначаются зарубежные специалисты. Вместе с тем, при назначении на должности не прослеживается кланового влияния. На систему управления значительное влияние оказывает деятельность профессиональных союзов. Особенностью управления предприятием «новой» экономики также является принятие решений с учетом мнения всех заинтересованных сторон.

Библиографический список

1. Менеджмент : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Финансы и кредит" / Н. Ю. Чаусов, О. А. Калугин, Л. А. Чаусова [и др.]. – Калуга : Калужский центр делового образования, 2008. – 440 с.

2. Медведева, О. С. Современная стратегия социально-экономического развития Калужской области / О. С. Медведева, В. Н. Левкина // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 7-1. – С. 144-150.

3. Гераскина, Е. В. Индустриальные парки как фактор развития несырьевой экономики Калужского региона / Е. В. Гераскина, А. А. Мигел // Направления социально-экономического развития региональной экономики, Калуга, 24 марта 2015 года / под редакцией А.А. Мигел, Е.Л. Александрова. – Калуга: Эйдос, 2015. – С. 37-41.

4. Мигел, А. А. Технопарки как фактор развития экономики региона: мировой и отечественный опыт / А. А. Мигел // Прогнозирование инновационного развития национальной экономики в рамках рационального природопользования: Материалы Международной научно-практической конференции в 3 частях, Пермь, 13 ноября 2015 года. – Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2015. – С. 207-212.

5. Некоторые аспекты повышения инновационной активности организаций Калужской области / Л. А. Чаусова, Л. П. Акимова, С. С. Еремкин, О. С. Подова // Региональная экономика и управление: электронный научный Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМЭ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

журнал. – 2020. – № 1(61). – С. 4.

6. Факторы инвестиционной привлекательности Калужской области / Л. А. Чаусова, Н. Ю. Чаусов, Ю. А. Чуйкина, Е. С. Назарова // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2019. – № 4(60). – С.

7. Горбунова, Т. В. Система управления качеством экономической подготовки специалистов / Т. В. Горбунова, Т. Н. Субботина // Вестник Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Московский государственный агроинженерный университет имени В.П. Горячкина". – 2008. – № 6-1(31). – С. 14-18.

8. Лукашина, Е. В. Изменения на рынке труда в условиях развития инновационной экономики региона / Е. В. Лукашина, Т. Н. Субботина // Вектор экономики. – 2021. – № 5(59).

9. Чаусова, Л. А. Развитие профессионального образования в регионе / Л. А. Чаусова, Н. Ю. Чаусов // Российский экономический интернет-журнал. – 2018. – № 4. – С. 117.

10. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой. СПб.: Питер, 2001. - 320 с.

11. Кондрашова, Н. Г. Экономическая безопасность и ее обеспечение в коммерческой организации / Н. Г. Кондрашова // Modern Economy Success. – 2021. – № 1. – С. 207-212.

12. Басаков К.Л. Лекарства от демотивации / К.Л. Басаков // Бизнесобразование: Новости, проблемы, решения. – 2017. – № 12. – С. 25.

13. Иванова, С. С. Активное долголетие как комплексное понятие качества жизни пожилых людей / С. С. Иванова, Л. А. Чаусова // Актуальные проблемы активного долголетия и качества жизни пожилых людей : Сборник научных трудов, Калуга, 15 ноября 2018 года. – Калуга: ФБГОУ ВПО "Калужский государственный университет им. К.Э.Циолковского", 2019. – С. 66-70.

14. Чаусова, Л. А. Корпоративная социальная ответственность как фактор конкурентной среды организации / Л. А. Чаусова // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского, Калуга, 17 февраля – 02 2015 года / Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского. – Калуга: Издательство Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского, 2015. – С. 196-200.

Оригинальность 94%