

Безуглая Галина Викторовна

соискатель, старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Камчатский государственный

технический университет»

г. Петропавловск-Камчатский, Камчатский край

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КУЛЬТУР

Аннотация: в статье раскрываются различные подходы к пониманию термина «организационная культура» на основе входящих в неё компонентов, их значимости в структуре организации. Цель исследования заключается в выявлении социально-психологических закономерностей функционирования организационных культур. На основе существующих уровней понимания организационной культуры автором анализируется порядок формирования её в организациях различного типа, ключевые факторы, влияющие на устойчивость организационной культуры в изменяющихся условиях рынка.

Ключевые слова: организационная культура, организация, руководитель, структура организации, кадровый ресурс, социально-психологические методы, мотивация, коллектив, командообразование.

В настоящее время в организациях различного порядка получило широкое распространение понятие организационной культуры, под которой понимается совокупность внутренних и внешних факторов прямо или косвенно влияющих на деятельность организации.

В литературе содержатся различные трактовки термина «организационная культура» ввиду того, что учёные не смогли прийти к единому мнению о том, что можно считать компонентами организационной культуры. Ряд исследователей придерживается мнения о том, что организационная культура – это совокупность идей, ценностей внутри организации, её философия, а также отношения

внутри коллектива. Иные же учёные предлагают включать в понятие организационной культуры компоненты фирменного стиля: фирменные цвета организации, её слоган, гимн и иные отличительные свойства [3].

Так или иначе исследователи сходятся в том, что те критерии, по которым можно определить наличие в учреждении организационной культуры редко поддаются рациональному толкованию. В некоторых случаях, как, например, при разработке легенды организации, руководство само провоцирует сотрудников на создание интуитивно понятных символов и ассоциаций, связанных с их общей деятельностью.

Одним из первых организационную культуру начал рассматривать Э.Шейн, предложивший условно разделить её компоненты на три уровня: символический, внутренний и глубинный [1]. Первый уровень является наиболее простым и общедоступным, он включает в себя те традиции и ритуалы, которые присущи организации. Это могут быть как ритуалы коммуникации, так и управленческие ритуалы, которые проявляются в стратегиях принятия управленческих решений, технологиях проведения совещаний.

Компоненты организационной культуры, относящиеся ко второму уровню, являются не столь очевидными, к ним относятся реально разделяемые большинством членов организации ценности, убеждения и взгляды. Их изучение оптимально проводить в качестве стороннего наблюдателя, так как сами сотрудники не всегда могут осознать, что система их поощрений, отношение друг к другу, иерархия власти, распределения лидерства из хаотичных становятся традиционными и также влияют на функционирование организации.

Глубинный уровень организационной культуры, как правило, проявляется во взаимоотношениях организации с иными учреждениями, на основе которых с ними выстраиваются партнёрские отношения, неприязнь, либо возникает конкуренция. Чаще всего подобные взаимоотношения вызваны схожестью или различием главенствующих целей, иначе выражаясь, миссии организации, согласно которой существуют определённые модели поведения, конкретные действия, находящиеся за пределами её принципов.

Появление организационной культуры в целом возникло ввиду наличия двух подходов к функционированию организации. Согласно первому, кадровый ресурс должен набираться, исходя из конкретных должностных обязанностей, позиций, к которым применяются определённые профессиональные и личностные требования. Во втором же случае организация инициирует поиск креативных людей, которые своими действиями создают рабочие позиции и направления дальнейшего развития учреждения. В результате в первом случае происходит набор сотрудников под нужды организации, во втором же она сама стремится адаптироваться под их потребности, видения совместного профессионального будущего.

Второй подход в большей степени опирается на социально-психологические методы управления персоналом, которые состоят в том, чтобы создать благоприятные условия для максимального использования человеческого потенциала посредством внедрения механизмов мотивации и поощрения. Данный подход является более перспективным, так как позволяет системе кадров быть более устойчивой и спокойно воспринимать внешние вызовы. Благодаря тому, что наблюдается тенденция отказа от устаревшего тезиса о том, что «незаменимых не бывает» для каждого сотрудника создаются наиболее комфортные условия труда, которые позволяют ему в ответ на удовлетворение его потребностей увеличивать производительность организации.

Необходимо отметить, что организационная культура не является постоянной, напротив, всякий раз когда то или иное учреждение сталкивается с несвойственной для себя ситуацией и разрабатывает наиболее оптимальный из неё выход, оно участвует в построении организационной культуры, её принципов и стратегий. В наиболее благоприятном случае каждый из таких прецедентов закрепляется во внутренней документации организации, в противном же случае каждый из сотрудников вынужден принимать решение самостоятельно, что накладывает на его коллег обязательство всякий раз искать новый выход из положения, вместо того чтобы воспользоваться совместно разработанным кейсом.

Особенно данная ситуация затрудняет обучение нового персонала, который может допускать много ошибок ввиду отсутствия унифицированного набора правил поведения в наиболее общих случаях.

На формирование организационной культуры влияют ряд факторов, в зависимости от которых она может рассматриваться в положительном, либо негативном для учреждения ключе. К примеру, на развитие организационной культуры напрямую влияют акценты, расставленные её руководством, так, если оно проявляет повышенное внимание к внешнему виду и манерам сотрудников, но не даёт им чётких инструкций касательно продаж, не мотивирует к саморазвитию, посещению соответствующих курсов, то успешность организации увеличится с меньшей долей вероятности.

Особенно ярко влияние личности руководителя на персонал проявляется в кризисных ситуациях, когда он может либо действовать с сотрудниками в одном направлении (даже при условии сокращения их заработной платы или увеличения рабочего времени), либо принимать решение в одиночку. Довольно часто вторая стратегия становится причиной того, что в организации резко начинается сокращение кадров, которого при более мудрой позиции руководства можно было бы избежать, путём доведения полной информации до членов коллектива. В результате при позитивном течении обстоятельства между руководством и сотрудниками возникают доверительные связи, и те, и другие получают возможность прямо или через представителей высказывать мнение о её дальнейшем развитии, во втором же случае растёт необоснованная конкуренция внутри одного коллектива, которая проявляется в интригах, падении темпа производства, а также уходе людей из команды.

Не меньшее влияние на организационную культуру в учреждении имеет его структура, от размеров и продуктивности которой также зависит микроклимат внутри организации. К примеру, в линейных структурах руководителям несвойственно делегировать полномочия, тем самым они подавляют инициативу у креативных сотрудников и в некоторых случаях могут провоцировать их уход из

организации. Также при построении структуры учреждения необходимо избегать нагромождения звеньев, так как наличие множества посредников между исполнителями и руководством снижает ценность информации, а также такие её показатели как актуальность и своевременность.

Здесь же необходимо упомянуть о способах управления информацией её донесения до различных уровней власти, которые довольно часто ограничиваются традиционными формами в виде совещаний, либо приказов, тогда как большинство организаций современного типа перешло на новые модели управления человеческим и временным ресурсом. К таковым относится, к примеру методология Kanban, которая позволяет каждому из сотрудников видеть приоритеты своей организации, её стратегию, а также непосредственно тот участок работы, в котором он задействован. Данная методика повышает самоорганизованность персонала, выполнение дедлайнов.

Разрабатывая организационную культуру, необходимо помнить о том, что не существует универсальных правил, по которым можно было бы свести компоненты организации воедино, так как во многом процесс построения организационной культуры зависит от потребностей руководства. К примеру, если его целью является гармонизация взаимоотношений между сотрудниками, то повышенное внимание будет уделяться разработке корпоративных правил поведения, способов построения команды, а также организации рабочих мест. Производительности труда удастся достичь путём модернизации систем поощрения и контроля над сотрудниками, а также методик принятия управленческих решений. Улучшение внешнего имиджа компании будет зависеть от понимаемой всеми сотрудниками её миссии, создания определённых устойчивых ассоциаций с её имиджем.

Так или иначе работа по созданию организационной культуры компании должна начинаться с её диагностики, построения управленческой структуры, на основе чего могут выдвигаться рациональные предложения и рекомендации. К примеру, крупным организациям не подойдут креативные методы принятия управленческих решений, так как выслушать мнение каждого его сотрудника в данном случае не представляется возможным. Также существенные ограничения

касаются ведомственных государственных учреждений, на характер деятельности которых будет влиять применимая к ним нормативно-правовая база. Так, деятельность врачей строго регламентирована Кодексом врачебной этики, а деятельность военнослужащих Уставом.

Для выявления путей развития организации также целесообразно применять социологические методы, такие как анкетирования и опросы. Как правило они проводятся в формате закрытых вопросов, которые позволяют среди отобранных критериев определять величину тех или иных показателей. В зависимости от характера полученных результатов можно определить тип организационной культуры в учреждении на данный момент.

К числу наиболее классических типов относятся: культура клана, культура творчества, иерархическая культура, культура конкуренции [2]. Каждую из них можно классифицировать по двум профилям, в первом случае деятельность организации будет направлена на создание устойчивого коллектива, а во втором на выполнения намеченных планом задач. Соответственно к организациям первого профиля будут относиться учреждения, которым присущи культуры клана и творчества, а ко второму иерархическая культура, а также культура конкуренции [5].

Несмотря на, казалось бы, очевидную градацию организационных культур на системы с жёстким и гибким управленческим стилем, необходимо помнить о внутренних целях и задачах организации. К примеру, организациям, функционирующим в сфере оказания услуг, необходимо работать над гармонизацией отношения внутри коллектива, укреплением команды для того, чтобы каждый её член осознавал важность своей деятельности для конечного потребителя. Для организаций, осуществляющих деятельность в сфере искусства, важна культура творчества, подразумевающая создание комфортных условий для людей с психологическим типом «новаторы», то есть остро реагирующих на внешние изменения и способных на непрерывную генерацию идей с учётом поддержки их инициатив. Организациям промышленного типа следует обратить внимание на иерархическую культуру, направленную на создание отлаженной структуры, в рамках

которой каждый член коллектива хорошо знает свой участок работы, а также перечень должностных лиц, к которым он может обратиться с предложениями и замечаниями по поводу условий труда. Для компаний, работающих в сфере бизнеса, подходит культура конкуренции, подразумевающая, что каждый член команды на постоянной основе доказывает ей право на нахождение в ней путём повышения результативности труда, поиска нестандартных решений, а также улучшения личных навыков.

Стоит отметить, что несмотря на предпочтительность той или иной организационной культуры в учреждения разного типа на практике они редко встречаются в чистом виде. Так как некоторая доля бюрократизма может быть присуща в том числе творческим коллективам, окончательное видение стратегии развития которых остаётся за руководителем. Промышленные предприятия в свою очередь в определённых рыночных условиях также нуждаются в людях с креативным и критическим мышлением, которые могли бы вывести их организацию из кризиса, либо адаптировать её к новым потребностям покупателя.

Исходя из вышеперечисленного ведущая цель организационной культуры состоит в том, чтобы привести определённую социальную группу к коллективу, которому присущи следующие функции: целевая, интегративная, воспитательная, развивающая [4]. Во многом они сходятся с функциями общества, поскольку люди, объединённые выполнением служебных задач, представляют собой в совокупности также срез общества с присущей ему неоднородностью жизненных ценностей, интересов и мотивов. Это означает, что, входя в новую социальную группу, сотрудник проходит те же ступени адаптации, которые он проходил ранее, становясь членом дружеских компаний, а также учебных заведений. Именно поэтому процесс освоения новых ценностей даётся сравнительно проще недавним выпускникам учебных заведений, за которыми в отличие от сотрудников с большим опытом работы ещё не закрепились определённые социальные роли и стереотипы поведения.

Таким образом, социально-психологические особенности становления организационных культур состоят в том, чтобы интегрировать людей в единое про-

странство на основе общепринятых и общедоступных норм и образцов поведения, систем порицания и поощрения, постигая которые человек может обретать то или иное место в иерархии, расширять или сужать перечень прав и обязанностей, а также влияние на принятие стратегических решений.

Список литературы

1. Бразевич Д.С. Социологический анализ концепций организационной (корпоративной) культуры как фактора развития современной парадигмы управления человеческими ресурсами / Д.С. Бразевич // Социология и право. – 2014. – №1 (23). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologicheskiiy-analiz-kontseptsiy-organizatsionnoy-korporativnoy-kultury-kak-faktora-razvitiya-sovremennoy-paradigmy-upravleniya> (дата обращения: 05.06.2023).

2. Горшкова Л.А. Методика управления организационной культурой крупного промышленного предприятия / Л.А. Горшкова, В.А. Поплавская // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – №20. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-upravleniya-organizatsionnoy-kulturoy-kрупного-promyshlennogo-predpriyatiya> (дата обращения: 05.06.2023). – EDN OXRYKV

3. Ермолов Ю.А. Предметно-содержательные взаимосвязи дефиниций «Организационная культура» и «Корпоративная культура» / Ю.А. Ермолов // Вестник ТГУ. – 2012. – №9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/predmetno-soderzhatelnye-vzaimosvyazi-definitsey-organizatsionnaya-kultura-i-korporativnaya-kultura> (дата обращения: 05.06.2023).

4. Заец Д.А. Социально-психологические основы организационной культуры / Д.А. Заец // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 2: Гуманитарные науки. – 2012. – №4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskie-osnovy-organizatsionnoy-kultury> (дата обращения: 05.06.2023).

5. Кузьмин А. Организационная культура и управление фирмой / А. Кузьмин // Финансовый бизнес. – 2005. – №12. – С.31–34.