

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННОГО БЕЛОРУССКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

А. А. Цодокова

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель В. В. Клейман

В настоящее время, в условиях рыночных отношений в Республике Беларусь, и особенно в отношении организационной культуры современных предприятий, актуальным является формирование внутриорганизационных отношений персонала.

Цель исследования – изучить социально-экономическую сущность и особенности организационной культуры белорусского предприятия.

Термин «организационная культура» охватывает большую часть явлений духовной и материальной жизни коллектива: доминирующие в нем материальные ценности и моральные нормы, принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, манеру персонала одеваться и установленные стандарты качества выпускаемого продукта [1].

По мнению многих авторов, таких как Ю. А. Шерковина, С. Л. Рубинштейн, Г. Олпорт, ключевым элементом организационной культуры предприятия являются организационные ценности, т. е. предметы и явления организационной жизни, существенно важные, значимые для духовной жизни работников. Г. Олпорт рассматривал ценности как смысловые образования. Он считал, что все стремления человека найти порядок и смысл в жизни определяются ценностями [2].

Труд – это всякое умственное и физическое усилие, предпринимаемое частично или целиком с целью достижения какого-либо результата, не считая удовлетворения получаемого непосредственно от самой проделанной работы.

Белорусы – самый трудолюбивый народ в СНГ. Это не удивительно, поскольку с детства у юных белорусов культивируют ответственность и аккуратность к своему делу. Белорусы, в целом, не склонны к лени и желанию получить как можно больше, не прилагая при этом усилий. Трудолюбие также основано на крестьянском происхождении белорусов, их заботе о собственном «клочке земли», работоспособности, выносливости, хозяйственности. Стоит отметить, что белорусы имеют склонность к коллективному труду, так как они на подсознании чувствуют поддержку остальных членов коллектива. Нашему народу всегда была характерна взаимопомощь и взаимовыручка. Если кто-то в округе попадал в тяжелую ситуацию (пожар, неурожай, тяжелая работа и т. д.), то все соседи и друзья всегда приходили на помощь.

В настоящее время трудовые ценности белорусского народа подвергаются радикальным изменениям, а это позволяет утверждать, что идет процесс создания новой трудовой идеологии. В результате идеологических сдвигов резко сократился разрыв между трудовыми ценностями населения и ценностями официальной идеологии, который был характерен для последних 15–20 лет социалистического развития Беларуси.

В Республике Беларусь процесс формирования систем стимулирования и мотивации происходит в достаточно сложных социально-экономических условиях. В стране не так много успешных и прибыльных предприятий. На каждом пытаются создать свою модель с учетом реальных условий экономической среды [3].

Любая система стимулирования труда должна быть привязана к стратегическим целям, что подразумевает ориентацию системы на достижение долгосрочных целей: усиление стратегического потенциала предприятия, формирование дополнительных инвестиционных ресурсов, усиление внешней и внутренней гибкости производственного аппарата фирмы, развитие маркетинговых исследований, развитие программ по повышению квалификации [4].

Работа должна создавать внутреннюю мотивацию, ощущение личного вклада. Человек – существо социальное, а отсюда следует, что ему свойственно чувство сопричастности, которое позволяет осознать себя как личность.

Соглашаясь с А. Л. Слободской, можно выделить несколько атрибутов организационной культуры, которые являются важными элементами организационной культуры [5]:

- 1) декларируемые менеджментом лозунги, включающие миссию, цели, организации, определяющие ее отношение к своим членам и обществу;
- 2) ролевое моделирование, выражающееся в ежедневном поведении менеджеров, их отношении и общении с подчиненными;
- 3) внешние символы, включающие систему поощрения статусные символы, критерии, лежащие в основе кадровых решений;
- 4) истории, легенды, мифы и обряды, связанные с возникновением организации, ее основателями или выдающимися членами;
- 5) объекты, являющиеся предметом постоянного внимания менеджмента;
- 6) поведение высшего руководства в кризисных ситуациях.

Наиболее популярной моделью, объясняющей строение организационной культуры, является трехуровневая модель Э. Шейна [6]. На поверхностном уровне изучаются внешние проявления культуры; на подповерхностном уровне анализируются ценности и верования, восприятие которых носит сознательный характер, а на глубинном уровне – базовые предположения, трудно осознаваемые даже членами коллектива, скрытые, принимаемые на веру предположения, помогающие воспринять характеризующие культуру атрибуты.

Разделяя точку зрения Э. Шейна о необходимости выделения трех уровней организационной культуры в ее вертикальном измерении, мы считаем, что принципиальным является не столько количество уровней организационной культуры, сколько механизм их взаимодействия между собой, выступающий в качестве основы целостного восприятия организационной культуры организацией в целом и каждым ее работником.

Ошибка большинства руководителей заключается в нежелании учитывать воздействие организационной культуры на эффективность управления персоналом, развития предприятия и формирования организационного сознания, которое определяет поведение, цели и даже мироощущение всех сотрудников данной организации. Знание особенностей позволит увеличить эффективность необходимых для организации процессов и снизить вредное воздействие негативных явлений как внешней, так и внутренней среды, тем самым повысить эффективность и стабильность предприятия.

Л и т е р а т у р а

1. Белокопытов, Ю. Н. История и культура менеджмента / Ю. Н. Белокопытов, Г. В. Панасенко. – К. : ККИ, 2004. – 352 с.
2. Олпорт, Г. Личность: проблема науки или искусства / Г. Олпорт // Психология личности: тексты. – М. : МГУ, 1982.
3. Мотивация персонала в современной организации / под общ. ред. С. Ю. Трапицына. – СПб. : Книжный Дом, 2007. – 394 с.
4. Kluckhohn, C. The Study of Values / C. Kluckhohn // Values in America. Univ. of Notre Dame, 1961.
5. Герчиков, В. И. Нематериальное стимулирование персонала / В. И. Герчиков // Мотивация и оплата труда. – 2005. – № 1. – С. 2–10.
6. Слободской, А. Л. Психология и организационная культура / А. Л. Слободской ; под ред. В. Н. Дружинина // Психология и педагогика. – СПб. : Питер, 2000. – С. 611–620.
7. Шейн, Э. Организационная культура и лидерство : учебник / Э. Шейн. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 336 с.