

Савченко Л.С.

канд. экон. наук, доцент, заместитель декана факультета социального управления Санкт-Петербургской академии управления и экономики

абсолютные ценности

**организационная культура
и конкурентоспособность предпринимательства**

Рыночные условия, в которых функционируют современные предпринимательские организации, значительно обострили вопрос повышения их конкурентоспособности. При этом среди множества факторов, влияющих на их успешное функционирование, теории и практики менеджмента всё чаще стали выделять её организационно-культурный ресурс.

Современные методы ведения бизнеса все настоятельнее требуют использования возможностей организационно-культурного фактора производства, главным инструментом которого является организационная культура. Передовые западные компа-

сотрудники компаний
заинтересованы
в формировании такой
культуры, в условиях
которой они смогут
в полной мере
реализовать свои
способности, таланты,
знания и умения

нии с середины прошлого века рассматривают ее как мощный фактор и инструмент, позволяющий объединять всех сотрудников вокруг общих целей и ценностных установок, обеспечивать преданность общему делу.

Главным принципом свободной предпринимательской деятельности является принцип саморегулирования, означающий, что она сама должна постоянно находить в себе здоровые силы и пути очищения своих рядов от недобросовестных дельцов (1). Одной из таких сил, способной регулировать поведение предприятия, является организационная культура. С другой стороны, сотрудники компаний заинтересованы в формировании такой культуры, в условиях которой они смогут в полной мере реализовать свои способности, таланты, знания и умения.

Специфика феномена организационной культуры такова, что он ока-

зывает воздействие не только на все аспекты поведения сотрудников компании, но и на многое другое, и, прежде всего – на ее имидж, конкурентоспособность. Это определяет интерес к организационной культуре не только самих предпринимателей, но и рядовых сотрудников, общества в целом.

Независимо от того, имеет ли компания уже сложившуюся организационную культуру или она находится в стадии формирования, руководители стремятся следить за тем, чтобы этот процесс не вышел из-под контроля. Трудность поддержания требуемого уровня организационной культуры заключается в том, что любое предприятие растет, развивается, в ней появляются новые сотрудники. Они приносят с собой не только новые идеи и индивидуальные подходы к решению профессиональных задач, но и свои собственные ценности, взгляды, убеждения. Индивидуальные личностные ценности сотрудников могут существенно поколебать сложившиеся традиции и нормы организации. Процесс слияния компаний также требует значительных усилий в процессе внедрения новой системы ценностей, формирования новой, приемлемой большинством работников культуры. Это означает, что для поддержания сложившейся системы ценностей необходимо постоянное и пристальное внимание руководителей ко всем элементам организационной культуры.

Как свидетельствует практика, менеджмент организационной культуры конкурентоспособной компании основан на ряде следующих критериев, которые спо-

В КОМПАНИЯХ,
где сформирована
эффективная
организационная
культура, существуют
абсолютные ценности,
приоритетность которых
в любой ситуации
безусловна
и не подвергается
сомнению

собствуют формированию эффективной культуры:

1. *Соответствие стратегическим целям.* Тип организационной культуры, система ценностей, являющаяся ее основой, не должны находиться в противоречии со стратегическими целями компании. Руководство должно определиться, каким требованиям должна отвечать культура предприятия в условиях намеченной конкурентоспособной стратегии развития, что она должна собой представлять, каковы будут ее основные ценности;

2. *Интенсивность* – критерий, определяющий силу воздействия ценностей, принятых в данной культуре, на каждого сотрудника организации. Он показывает, насколько сильна сформированная культура организации. Билл Гейтс, основываясь на опыте своей компании,

утверждает, что «главным фактором, определяющим «скорость» компании, становится ее корпоративная культура. Сотрудники компаний должны изменить свои представления о том, как быстро они должны действовать на своих рабочих местах. Каждый должен осознать тот факт, что если его компания не удастся достаточно быстро, и не теряя при этом в качестве удовлетворить имеющийся потребительский спрос, то это сделает конкурирующая фирма» (2);

3. *Широта охвата* – показывает, разделяются ли принятые ценности большинством людей в организации. Если на предприятии принята определенная система ценностей, которая одобряется далеко не всеми членами организации, если субкультуры различных подразделений не связаны общими убеждениями или находятся в конфликте, а большинство решений принимается на основе личных взаимоотношений, при этом интересы дела отступают перед соображениями личной выгоды – это означает острую необходимость перемен в области организационной культуры;

4. *Приоритетность* – характеризует степень ранжированности организационных ценностей. В компании в целом может сложиться система

особенностью культуры
многих организаций
является настороженное
отношение к всякого рода
нововведениям

ценностей и убеждений, но при этом может и не быть согласия по поводу того, что в настоящий момент является самым важным. Такая ситуация может перейти в критическую проблему, если отсутствие решительности исходит от самого руководства. Противоречия накапливаются и продолжают на нижних уровнях организации. Следствием этого могут являться конфликты, скрытая борьба между подразделениями и отдельными сотрудниками, что негативно сказывается в целом на конкурентоспособности предприятия. В компаниях, где сформирована эффективная организационная культура, ценности строго ранжированы, т.е. существуют абсолютные ценности, приоритетность которых в любой ситуации безусловна и не подвергается сомнению. Приоритетность ценностей организационной культуры обусловлена, как правило, продуманной миссией, в которой находит свое отражение социально значимая роль предприятия, а, следовательно, его конкурентоспособность на рынке.

5. *Гибкость* – еще один очень важный критерий организационной культуры компании, который влияет на функционирование предпринимательской структуры в конкурентной среде. Особенностью культуры многих организаций является настороженное отношение к всякого рода нововведениям. Вследствие этого для карьеры сотрудников становятся более важными осторожность и уклонение от рискованных операций, чем инициатива, новаторство, творчество – качества, которые необходимы

работникам современных компаний, старающихся быть конкурентоспособными. Устранение этих отрицательных черт организационной культуры – сложный процесс из-за сильной приверженности людей глубоко укоренившимся ценностям, обычаям.

6. *Инновационность* – критерий, который со всей очевидностью необходим культуре предпринимательских структур, чтобы обеспечить свою конкурентоспособность. Интенсивное развитие науки, техники, технологий предполагает постоянное их внедрение в организацию, которая претендует на лидирующие позиции в своем секторе экономики. Это, в свою очередь, предполагает постоянное обучение персонала, повышение его квалификации.

Культура должна способствовать поощрению тех сотрудников, которые постоянно повышают свой уровень профессионализма, готовы

у каждого предприятия
имеется существенный
резерв в жесткой
конкурентной борьбе –
организационная
культура

к принятию ответственности, применяют в работе творческий подход, проявляют инициативу.

Литература

1. Томилов В.В. Культура предпринимательства. – СПб.: Питер, 2000. – С. 13.
2. Гейтс.Б. Бизнес со скоростью мысли. – М.: Эксмо-Пресс, 2001. – С. 165.

рп

Savchenko, L.S.

Candidate of Economic Sciences, Docent, deputy dean, Faculty of Social Governance, St Petersburg Academy of Management and Economics

Corporate culture and competitiveness of private enterprise

The paper explores the phenomenon of corporate culture and its influence on the competitiveness of private enterprise. It identifies such basic criteria of effective management of corporate culture as have a direct bearing on the competitiveness of business entities: conformance of corporate culture to the strategic objectives of business entity, magnitude of its influence on the staff, scope of coverage of the company as regards the values proclaimed, their priority, flexibility of corporate culture and its innovative nature.