Роль менеджмента в формировании предпринимательской культуры фирмы

Аннотация

Статья посвящена вопросам развития предпринимательской культуры и ее влиянию на конкурентоспособное функционирование фирмы и экономики страны в целом. Особая роль в формировании культуры предпринимательского типа отводится менеджменту компании.

Ключевые слова: организационно-управленческие инновации, трансформация организационной культуры, предпринимательский тип культуры, эффективный менеджмент

Лепихина Татьяна Леонидовна
канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории
l-pstu@inbox.ru

Карпович Юлия Владимировна
ст. преподаватель кафедры экономической теории
karpushki@mail.ru

Пермский научно-исследовательский политехнический университет

На успешное развитие инновационного предпринимательства в Пермском крае оказывает влияние множество факторов. К ним можно отнести: эффективность государственного регулирования инновационных процессов, степень готовности материально-технической базы, наличие предпринимательского потенциала на предприятиях, готовность потребителя к восприятию инноваций и другое.

При этом инновационные механизмы невозможны без трансформации культуры общества и организационной культуры каждого предприятия. Современные теории и практики менеджмента справедливо рассматривают корпоративную культуру как ключевой стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения и работников на общие цели компании [1]. Таким образом, усилив производственно-технологический потенциал предприятия и не затронув в той же

мере другие его части, мы получаем, как правило, омертвление финансовых средств.

Большинство менеджеров современных преуспевающих компаний понимают, что конкурентоспособность бизнеса в значительной степени определяется эффективностью социального управления и готовы к внедрению технологий инновационной предпринимательской культуры, позволяющих всесторонне воздействовать на трудовое поведение работников. В практике управления имеется настоятельная потребность в разработке реально действующих технологий культуры как элемента управления персоналом.

Исследование организационной культуры на промышленных предприятиях г. Перми

В зарубежных и российских исследованиях накоплен существенный опыт в понимании сущности и типологий организационной культуры, ее роли для внутренней интеграции и развития организации. В то же время развитие конкурентной среды требует анализа не только с точки зрения внутренних процессов организации, но и с точки зрения ее роли в конкурентных процессах, в создании и укреплении конкурентных преимуществ предприятия. Отдельные стороны этой проблемы исследователями рассматриваются, но в то же время требуется систематизированное осмысление организационной культуры как фактора развития инновационного предпринимательства.

В феврале–мае 2011 г. было проведено исследование на ряде промышленных предприятий г. Перми с целью определения состояния организационной культуры и разработки рекомендаций по ее совершенствованию.

При проведении данного исследования для сбора первичной информации был использован метод анкетирования. Для опроса выбирались лица, чьи профессиональная принадлежность соответствовали критериям выборочной совокупности респондентов, то есть менеджеры среднего звена предприятия. Интерес к данной категории работников определяется тем, что именно от этой группы менеджеров зависит, удастся или нет вовлечь всех работников в процесс формирования инновационной предпринимательской культуры.

в организационной культуре предпринимательского типа главный упор делается не на то, чтобы работник получал доход как акционер, а на то, чтобы от него как от акционера было больше ответственности и готовности пойти на риск

Результаты проведенного опроса позволяют сделать ряд выводов:
– в целом на исследуемых предприятиях имеются предпосылки для формирования предпринимательской культуры;
– 40% опрошенных менеджеров считают коллектив не очень дружным, общение между членами коллектива происходит только во время работы;
– 40% не чувствуют себя полноправными членами организации, скрывают свои чувства и настроение, что может приводить к внутренним конфликтам и не позволит менеджеру работать эффективно;
– характер связей между работниками формальный;
– стиль управления близок к авторитарному, роль руководителя заключается в выработке инструкций и выполнении функции контроля.

реализация программы изменения культуры по иерархическим уровням предприятия обеспечивает вовлечение всех его менеджеров в процесс формирования организационной культуры

Предпринимательский тип организационной культуры

Сделанные выводы свидетельствуют о необходимости принятия решений в области формирования организационной культуры, при этом мероприятия должны быть спроектированы на внедрение предпринимательской культуры, так как на исследуемых предприятиях существует угроза возникновения феодальной культуры.

В современной управленческой науке выделяют несколько типов организационной культуры. При переходе к инновационной экономике особый интерес представляет предпринимательский тип. Такой тип организационной культуры характерен для крайне ограниченного круга отечественных предприятий, которые считают культуру частью общего процесса превращения предприятия в самое конкурентоспособное в данной отрасли и привлекательное для инвесторов. Для этого типа культуры характерно то, что на предприятиях, ее использующих, собственность персонала рассматривается как особая инвестиция, позволяющая сформировать менталитет работника как экономически активного сотрудника и заинтересованного, требовательного акционера. В организационной культуре предпринимательского типа главный упор делается не на то, чтобы работник получал доход как акционер, а на то, чтобы от него как от акционера было больше ответственности и готовности пойти на риск. Задача фор-

...именно от эффективности менеджмента среднего звена зависит успех деятельности компании в процессе формирования и развития корпоративной культуры

мирования именно такого типа культуры представляется актуальной для современных фирм.

Механизмы формирования инновационной культуры предпринимательской организации относятся к организационно-управленческим инновациям. Программа управления инновациями должна представлять собой адаптированный к конкретным условиям план действий. В этом плане следует предусмотреть что, когда, кто и за счет каких ресурсов должен сделать по созданию и управлению инновациями. Поэтому разработка программы обычно представляет собой достаточно трудоемкий процесс, для осуществления которого нужно создать механизм реализации программы, то есть назначить конкретных исполнителей, определить их права и обязанности, выделить участки работы и т.п.

Этапы формирования инновационной культуры

На следующем этапе высшее руководство предприятия формирует планы действий, как для каждого менеджера, так и для управленческого уровня в целом. Следующий этап состоит в обучении этим принципам других, разделении своего видения будущего с другими и разъяснении целесообразности принятия изменений организационной культуры. Лица, которых они обучают, входят в состав второго иерархического уровня. В итоге в плане действий требуется контроль или оценка эффективности изменений. Во время контроля происходит обратная связь с контролируемым уровнем, и вносятся соответствующие коррективы в процесс обучения. Те же самые действия повторяют работники второго иерархического уровня: определяют целевые установки для третьего уровня, проводят обучение и оценку усилий его работников.

Таким образом, менеджеры каждого иерархического уровня предприятия соприкасаются с формирующейся организационной культурой четыре раза, причем каждый раз в ином ракурсе, а именно: когда изучают ее; когда формируют планы действий, ориентированные на ее достижение; когда обучают ее принципам других и когда они оценивают достижения и измеряют достигнутое. Реализация программы изменения культуры по иерархическим уровням предприятия, таким образом, обеспечивает вовле-

чение всех его менеджеров в процесс формирования организационной культуры. Благодаря этому, можно говорить об эффективной реализации стратегии совершенствования культуры предпринимательской организации.

Затем следует оценить эффективность организационно-управленческих инноваций, и в случае положительного результата принять изменения в организационной культуре.

Внутренние характеристики организационной культуры трудно измеряемы, и их изучение связано с большими административными издержками, так как требует проведения серьезных исследовательских и аналитических работ: масштабных опросов и интервью с сотрудниками на всех уровнях организационной иерархии. Изучение и измерение корпоративной культуры приобретает значимость в контексте создания инструментария принятия важнейших управленческих решений на уровне конкретных предприятий.

На основе анализа научных трудов отечественных и зарубежных авторов, таких как К. Камерон, П. Карстанье, Р. Куинн, К.М. Ушаков, Э.Шейн, выявлено, что именно от эффективности менеджмента среднего звена зависит успех деятельности компании в процессе формирования и развития корпоративной культуры.

Заключение

Процесс управления изменением корпоративной культуры без изменений в личном поведении менеджеров невозможен. Сравнение имеющихся управленческих умений с необходимыми умениями для будущей корпоративной культуры, позволит сделать вывод о необходимости собственного совершенствования.

Чтобы добиться долгосрочных улучшений в деятельности компании, необходимо внедрить потребность самосовершенствования в саму основу корпоративной культуры и придерживаться комплексного подхода, при котором непрерывно совершенствуется поддержка всех аспектов деятельности компании. Это предполагает развертывание программы организационных изменений.

Эффективность предпринимательской культуры – это соответствие организационной культуры целям

эффективность предпринимательской культуры – это соответствие организационной культуры целям предпринимательской системы и всего общества в целом

предпринимательской системы и всего общества в целом. В общем случае критерием эффективности организационной культуры на уровне предпринимательской системы служит прибыль (если прибыль растет, то организационная культура, при прочих равных условиях, эффективна), а на уровне общества в целом — ВНП (если ВНП растет, то организационная культура предпринимательских систем страны, при прочих равных условиях, эффективна).

Таким образом, под эффективностью управления организационной культурой понимается такое воздействие управляющей подсистемы на управляемую, при котором раскрывается весь возможный положительный потенциал использования всех факторов производства, формирующих стоимость предприятия.

Литература

1. Князева В.А. Организационно-экономический механизм формирования корпоративной культуры в стратегически ориентированных компаниях газодобывающей отрасли // Региональная экономика. – 2011 – № 9. – С.11–18.

2. Харгадон Эндрю. Управление инновациями. Опыт ведущих компаний. – М.: Вильямс, 2007. – 304 с.

pn

Tatiana L. Lepikhina
Cand. of Econ. Sci., Associate Professor, Department of Economic Theory, Perm Research Polytechnic University
Yulia V. Karpovich
Senior Lecturer, Department of Economic Theory, Perm Research Polytechnic University

The Role of Management in Formation of Corporative Culture

Abstract

The article focuses on the issues of corporative culture development and its impact on a firm's competitiveness and national economy on the whole. Company management is entrusted with a special role in the formation of the corporative culture of the entrepreneurial type.

Keywords: organizational and managerial innovations, transformation of organizational culture, entrepreneurial corporative culture type, effective management