

УДК 33.025.7

**НЕОБХОДИМОСТЬ ИЗМЕНЕНИЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ
КУЛЬТУРЫ В ЭПОХУ ИНФОРМАЦИОННОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**
**The need for changes in organizational culture in the era of information
globalization**

Павлова Юлия Сергеевна

студент, Институт экономики и управления

Pavlova Yulia Sergeevna

Student, Institute of Economics and Management

Научный руководитель – Третьякова Лариса Александровна

профессор кафедры менеджмента и маркетинга

Аннотация: Организационная культура является одним из самых важных элементов, обеспечивающих эффективность деятельности, способствующих росту и развитию всего предприятия. А в нынешних условиях неимоверно быстро растущей глобализации и информатизации, она как никогда играет важную роль и требует постоянного управления ее поддержанием и изменением. В данной статье рассмотрена не только специфика управления развитием организационной культурой, но и этапы ее изменения. Приведены методы изменения организационной культуры. Объяснена необходимость изменений организационной культуры.

Abstract: Organizational culture is one of the most important elements that ensure the effectiveness of activities that contribute to the growth and development of the entire enterprise. And in the current context of incredibly fast-growing globalization and informatization, it plays an important role more than ever and requires constant management of its maintenance and change. This article considers not only the specifics of managing the development of organizational culture, but also the stages of its change. Methods of changing the organizational culture are given. The necessity of changes in organizational culture is explained.

Ключевые слова: организационная культура, глобализация, информатизация, управление изменениями, эффективность предприятия.

Keywords: organizational culture, globalization, informatization, change management, enterprise efficiency.

Непрерывные изменения условий окружающей социальной среды, охватывающие глобализационные и информационные процессы, отражаются на всех уровнях деятельности современных организаций. Растущие социально-экономические и политические кризисы,

ужесточение и усиление международной конкуренции – все это закладывает основательные принципы для соответствующих изменений организационных структур и появления новых организационных форм. Все это, как никогда, повышает потребность предприятия к поиску новых способов улучшения производительности, новых методов достижения конкурентного превосходства, новых инструментов управления не только лишь для достижения долговременного успеха, но и для обеспечения выживания организации в среднесрочном периоде.

В условиях "новой организационной действительности" рабочее пространство выглядит абсолютно не так, как в традиционном прошлом. Описания тех или иных работ становятся не такими конкретизированными, что обуславливается возможностью проявления инициативы со стороны рядовых членов организации. Одним из самых эффективных инструментов, обеспечивающих существенный рост экономической эффективности деятельности организации при довольно низких затратах, является организационная культура - это формирование, поддержание и изменение ценностей и норм организации на индивидуальном, групповом или общеорганизационном уровнях на основе диагностики существующей культуры [2].

Необходимость организационной культуры в организации определяется рассмотрением ее в качестве:

- 1) основной составляющей внутренней среды предприятия и системы менеджмента в целом;
- 2) важной частью интеллектуального капитала;
- 3) инструментом регулирования поведения персонала;
- 4) стратегического ресурса;
- 5) фактора социальной ответственности бизнеса;
- 6) фактора улучшения этики делового взаимодействия;
- 7) фактора инновационного потенциала;
- 8) фактора кооперации труда;
- 9) фактора производительности труда [4].

Не только зарубежные, но и российские ученые, посвящали свои работы проблемам организационной культуры. К ним можно отнести таких деятелей науки, как В. А. Спивак, Т. О. Соломанидина, С. П. Мясоедов и многие другие. Но, несмотря на это, процесс управления изменениями организационной культуры изучен не полностью, что и обуславливает целесообразность разработки темы.

Таким образом, целью данной статьи является исследование вопроса управления изменением организационной культуры предприятия в современных условиях развития информационной глобализации.

Управление развитием организационной культурой предполагает управление ее формированием, изменением и поддержанием. В данной работе наиболее детально проанализируем управление ее изменением.

Существует несколько подходов к управлению организационной культурой:

1. Внутренний подход. Предполагает выбор миссий, связанных с производством или обслуживанием, в определении социальной миссий, принципов подбора персонала, направленность структуры организаций на удовлетворение потребностей ее членов;

2. Когнитивный подход. Ориентирован на управление карьерой и развитие персонала (причём даже на низших уровнях иерархии).

3. Символический подход. Предполагает наличие в организации специфичного «языка», символической деятельности, церемоний и т.д

4. Пробуждающий подход. Особое значение придаётся системе мотивации (поощрение сотрудников).

Процесс изменения организационной культуры предприятия состоит из нескольких этапов (рис.1)



¹ Рис.1- Этапы изменения организационной культуры.

относятся: 1) изменение ролевой модели руководителя, например, подражание лидеру, выражавшегося в смене объектов и предметов внимания; стиля управления, конфликтными ситуациями (как поведение самого руководителя, так и реакция на поведение работников в напряженных условиях; 2) наличие и действенность заявлений, призывов, деклараций руководства; 3) изменение определенных характеристик в программах обучения; 4) изменение критериев отбора, продвижения, увольнения сотрудников; 5) диверсификация в системе мотивации и стимулирования персонала [3].

Важным при внесении перемен в организационную культуру служат два процесса, плотно взаимосвязанных друг с другом: во-первых, определение и увольнение сотрудников, не соответствующих желаемой организационной культуре и, во-вторых, прием на работу сотрудников, чьи элементы личной культуры соответствуют принципам предприятия [1].

Надо сказать, что в разных организациях разные методы будут более эффективными в зависимости от: исходных характеристик организационной культуры, размера организации, сочетания внешних и внутренних факторов и т. д. В результате выбор того или иного метода (их сложности) производится непосредственно для данной организации в заданный период времени.

Так как организационная культура является неотъемлемой частью предприятия, то и корректировки ее изменения стоит вносить в совершенно различные сферы. Например, в кадровую политику или технологию производства.

В условиях развития экономики знаний важным становится вопрос конфигурации организационной культуры с точки зрения «надстройки» к существующему типу новых субкультур, передающих ценности и свойства новой экономики. Подобной «надстройкой» обязана стать культура знаний и информационная культура, ключевой задачей которой является создание атмосферы и обстановки, содействующих постоянному накоплению, распространению и информационному обмену между всеми сотрудниками предприятия, что в дальнейшем будет способствовать появлению качественно нового знания. Данная культура в разряде главных ценностей ставит генерирование идей как источник новых знаний, инновации, информационную открытость, готовность к изменениям и обучение на протяжении всего периода жизни [5].

Внедрение успешных изменений в организационной культуре компании должно заканчиваться укреплением новых основ за счет внедрения всевозможных форм взаимодействия персонала: легенд, ритуалов, символов, стимулов, стимулов и т.д. Большинство

сотрудников останутся довольны системой мотивации. Поскольку некоторые параметры можно регулировать, можно сказать, что появится возможность еще больше повысить уровень лояльности сотрудников за счет их работы в организации. По сути, важной составляющей системы материального стимулирования является справедливая система вознаграждения и вознаграждения за ее выполнение (бонусы). При этом увеличиваются основные экономические показатели деятельности (выручка, прибыль от продаж, чистая прибыль, основные средства), которые играют огромную роль в эффективности всей организации.

Изменение организационной культуры в соответствии с современными «стандартами» хозяйствования, среди которых понимаем стандартизацию, интеллектуализацию и информатизацию деятельности, даст возможность предприятию увеличить эффективность своей деятельности за счет:

- повышение показателя удовлетворенности трудом;
- увеличение преданности сотрудников к организации;
- совершенствование имиджа предприятия, как для потребителей, так и для потенциальных сотрудников;
- снижение уровня стресса;
- благоприятный социально-психологический климат;
- усиление чувства принадлежности к организации;
- увеличение конкурентоспособности предприятия на рынке.

Также изменения повлияют и на следующие показатели:

-Увеличение удельного веса работников, повышающих квалификацию

-Снижение уровня текучести по причине неудовлетворенности возможностями развития.

Вышеуказанные эффекты будут способствовать не только улучшению морального и психологического климата в компании, но и усилению чувства причастности персонала к успеху организации и, следовательно, к росту компании, продуктивность труда каждого сотрудника, чтобы повысить социально-психологический климат и тем самым улучшить экономические показатели компании.

Таким образом, мы видим, что для эффективности не только экономической, но и организационной, изменения организационной культуры просто необходимы, тем более в эпоху широкой глобализации и информатизации.

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник.-М.: Гардарика, 2003. - 528 с.

2. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн; пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. — СПб. : Питер, 2001. — 320 с.
3. Мясоедов С. П. Основы кроскультурного менеджмента: как вести бизнес с представителями других стран и культур : учеб. пособие. 2-е изд. М. : Изд. дом «Дело» РАНХиГС, 2012. 256 с.
4. Соломанидина Т. О. Организационная культура компаний : учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М, 2018. 624 с.
5. Спивак В. А. Корпоративная культура. СПб. : Питер, 2008. 377 с.