

УДК 388.2

О.С.Шестакова (5 курс, каф. МЭО), Н.В.Юрьева, ст. преп.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Современное понятие организационной культуры основывается на социальной модели экономически развитого общества с рыночной экономикой и устоявшейся структурой трудовых отношений. Она отражает структуру национальной культурной модели и воспроизводит набор ценностей, убеждений, норм, артефактов и форм поведения этноса в целом. Кроме того, организационная культура формирует поведенческие стереотипы деловых отношений, которые учитывают как психологические особенности работника, так и специфику конкретного рабочего процесса.

Применение данного термина для характеристики российской бизнес-среды требует его адаптации к условиям местных экономических, политических, правовых, социологических и прочих социальных институтов.

Организации не возникают просто так. Они ориентированы на определенный результат, имеют конкретную цель и своим существованием доказывают идею о том, что коллективное участие в рабочем процессе обеспечивает лучшие результаты по сравнению с участием индивидуальным. Особенностью российского коллективизма является выделение статуса руководителя на уровне индивидуального сознания работника. Таким образом, именно лицо, облеченное формальными полномочиями, будет разъяснять идею коллективизма своим сотрудникам в рамках конкретной организационной культуры.

Организационная культура опирается на три основных источника. Во-первых – взгляды, ценности и представления основателей организации. Во-вторых - коллективный опыт, полученный при создании и развитии организации. В-третьих-новые взгляды, ценности и представления, привнесенные новыми членами организации или руководителями.

Каждый из перечисленных элементов играет важную роль, но наиболее существенный связан с влиянием «отцов-основателей», которые определяют не только главную миссию и основы взаимодействия с внешней средой, но также набирают членов группы и формируют характер ее реакций, направленных на выживание и развитие фирмы. Учредители вырабатывают общий стиль определения и решения проблем адаптации организации во внешней среде и внутренней интеграции. Поскольку они обладают оригинальной идеей развития фирмы, то у них есть и собственное (опосредованное культурной историей и личностью) видение того, как претворять идею в жизнь.

Таким образом, в российских условиях организационную культуру предприятия создает лидер, который должен уметь ею управлять, а, при необходимости, изменять. Он создает скрытую, но объединяющую атмосферу рабочей деятельности, которая определяет смысл, направление и концентрацию усилий сотрудников. В этой связи можно говорить о харизме руководителя, одно из проявлений которой, как раз и состоит в способности распространять основные представления и ценности. Но проблема в том, что люди, обладающие подлинной харизмой, достаточно редки, поэтому не всегда понятно каким образом руководитель будет передавать свои представления другим. Для того чтобы понять, как происходит процесс передачи культурных установок следует рассматривать более прозрачные организационные феномены.