

УДК 4.552

Коваленко Г. А., Баркова С. А.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПУТЕМ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И ЦЕННОСТНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ПЕРСОНАЛА

Основу интеллектуального потенциала организации в современных условиях хозяйствования, как в Украине, так и в мировой экономике, составляет специально подобранный и подготовленный персонал, способный выполнить функцию достижения технологических и организационных преимуществ данной организации над конкурентами. Мировой опыт показывает, что корпорация остается живым организмом до тех пор, пока ее сотрудники продолжают адаптироваться к новым условиям, т.е. необходимо выработать рефлекс адаптации к изменениям [1].

Важной составляющей управления современной организацией и важным инструментом повышения эффективности становится корпоративная культура. В сочетании с целевым управлением она позволяет организации быстро реагировать на изменения требований рынка товаров и услуг, обеспечивает долговременный успех ее деятельности, способствует созданию новых ценностей, сплочению коллектива, а, следовательно, является важнейшим инструментом роста и повышения эффективности интеллектуального потенциала организации [2].

Эффективно работает та организация, в которой создан сплоченный коллектив, сломлены иерархические перегородки, где каждый сотрудник кровно заинтересован в общем успехе потому, что от этого зависит его материальное благополучие и дальнейшее развитие как личности и специалиста. Успеха достигают, прежде всего, те организации, которые имеют хорошо развитую корпоративную культуру.

Корпоративная культура (или социокультура, организационная культура, бизнескультура) по своему содержанию представляет собой систему ценностей, правил, убеждений, норм поведения, традиций, символов, которые сложились в организации в процессе производственно-хозяйственной деятельности и принимаются большинством работников, а также согласуют ценностные ориентации руководителей – управленцев и работников.

Проблемы создания эффективной корпоративной культуры организации изучали в своих трудах Э. Шейн, К. Камерон, Р. Куинн, О. С. Виханский, М. И. Магура, А. П. Егоршин, А. Я. Кибанов, А. Э. Воронкова и другие авторы [3–4].

Положения реализации принципов корпоративной культуры на базе краматорских промышленных предприятий рассмотрены Г. М. Скударем, А. Л. Еськовым., Г. Л. Хаеом, А. В. Остафийчук. и др. Отдельные аспекты корпоративной культуры учебных заведений рассмотрены в ряде публикаций Ю. С. Васильева, Е. С. Гайдаржи, А. В. Яблонскене, А. В. Погодина, А. Запесоцкого и некоторых других авторов [1–2].

Целью данной работы является выявление особенностей корпоративной культуры и исследование ценностных характеристик персонала в двух типах организаций: промышленных предприятий машиностроительного комплекса и высших учебных заведений, готовящих для них квалифицированных специалистов.

Культура и связанные с ней представления о ценностях не являются твердыми понятиями, как организация структуры и процесса, стратегии и бюджета. Культура – это самый «мягкий» материал из всех, которые существуют. Но «мягкое» оказывается «твердым» на процветающих предприятиях [2].

Корпоративная культура формирует определенный имидж организации, который отличает его от других, она может изменяться вместе с изменениями на предприятии и изменениями людей.

Системное рассмотрение проблемы культуры организации требует учета следующих факторов (табл. 1):

- индивидуальные характеристики работников;
- особенности выполняемой работы;
- характеристики рабочего окружения [1].

Таблица 1

Факторы влияния на корпоративную культуру организации

Индивидуальные характеристики работников	Особенности выполняемой работы	Характеристики рабочего окружения
1. Пол 2. Возраст 3. Образование 4. Квалификация 5. Стаж работы в организации 6. Трудовые ценности 7. Установки 8. Основные потребности	1. Сложность и ответственность выполняемой работы. 2. Степень самостоятельности исполнителя. 3. Степень ответственности за конечные результаты. 4. Наличие обратной связи относительно производственных результатов. 5. Степень разнообразия выполняемых заданий.	1. Организационный контекст: - система стимулирования; - система информирования; - культура предприятия; - сформировавшаяся практика управления; - обучение и развитие персонала; - условия труда. 2. Непосредственное рабочее окружение: - коллеги (равные по положению); - подчинённые; - руководство.

Понятно, что каждый из этих факторов имеет свои особенности, в зависимости от места работы работника на промышленном предприятии (отдел, цех и др.), от должности отдельного работника (руководитель высшего или среднего звена, рабочий). То есть, количество таких факторов может быть очень большим. Но не следует слишком детализировать их перечень, так как это может привести к лишней формализации и бюрократизации формирования культуры предприятия.

Содержание создания мотивирующей рабочей среды вообще, и на машиностроительных предприятиях в частности, заключается в том, чтобы получить максимальную отдачу от персонала предприятия. И психологический климат, который складывается в коллективе, и условия работы, и ее содержание, и перспективы профессионального и должностного роста, и взаимоотношения с непосредственным руководителем, и многое другое – это элементы рабочей среды.

Формирование корпоративной культуры современной организации осуществляется на основании принятых в ней ценностей и организационных норм.

Источниками формирования корпоративной культуры являются:

- взгляды, ценности, представления учредителей предприятия;
- коллективный опыт, полученный при создании и развитии предприятия;
- новые взгляды, ценности, представления, привнесенные новыми сотрудниками предприятия и руководителями.

Процесс формирования корпоративной культуры происходит по помощи внешней адаптации и внутренней интеграции предприятия. Процесс внешней адаптации связан с поиском и нахождением предприятием своей ниши на рынке и его приспособление к внешней среде, которая постоянно изменяется. Процесс внутренней интеграции связан с установлением и поддержкой эффективных отношений в работе между членами коллектива.

Ценности предприятия должны отвечать потребности людей получать подтверждение о том, что дело, которым они занимаются имеет значение, выходящее за рамки конкретного бизнеса, конкретной должности, конкретных коллег по работе и конкретного оклада [3].

В последнее десятилетие в развитых странах обозначился переход к качественно новому типу экономического роста, называемому научно-техническим или инновационным. Его характеризуют такие показатели как: массовая творческая активность, самовыражение личности, инициативность работника, творческий поиск, предпринимательское поведение, направленное на освоение высоких технологий, модификация отношений собственности в крупных корпорациях, преобразующий характер менеджмента. По существу меняется и сама организационная культура, т. е. произошёл качественный скачок от традиционного технократического типа культуры к инновационному типу.

Инновационная культура современного машиностроительного предприятия должна базироваться на создании творческой атмосферы, мотивирующей работников к созданию нового. Главная ценность – возможность творчески работать (разумеется, за солидное вознаграждение).

В результате проведенных исследований и экспертной оценки по 10-ти балльной шкале, выполненных на пяти крупных машиностроительных предприятиях Донецкого региона, были выделены 12 особо значимых факторов, от которых зависят качество управления персоналом предприятия, результаты деятельности трудового коллектива и уровень корпоративной культуры. Все факторы по значимости разделены на три уровня и представлены в табл. 2.

Таблица 2

Факторы влияния на качество управления персоналом предприятия, результаты деятельности трудового коллектива и уровень корпоративной культуры

Фактор	Ранг	Значимость
1. Возможность чего-то достичь	9,8	Высокая
2. Достойная оценка трудовой деятельности	9,5	
3. Соответствие работы способностям	9,0	
4. Надёжное место работы	8,9	
5. Востребованность результатов деятельности	8,5	Средняя
6. Безопасность деятельности	8,5	
7. Престижность профессии	8,0	
8. Возможность свободного творчества	7,0	Низкая
9. Возможность проявления инициативы	5,6	
10. Участие в управленческой деятельности	5,0	
11. Социальный статус автора новации	4,7	
12. Удобное время работы	4,3	

Особое внимание при этом необходимо уделять своевременному выявлению и преодолению интеллектуальных барьеров с минимальной психоэмоциональной нагрузкой для работника, оказавшегося в данной ситуации. Запоздалое или преждевременное управляющее воздействие может привести к результату, обратному ожидаемому.

В современных экономических условиях важно повернуть сознание персонала предприятия к потребителю, а не к угождению начальнику; к прибыли, а не к расточительству; к новаторству, а не к механическому исполнению; перейти к социальным нормам, базирующимся на прочном экономическом фундаменте, не забывая о духовности и нравственности.

Рост ценностных характеристик персонала приобретает особое значение для машиностроения, являющегося высокоинтеллектуальной и наукоемкой отраслью экономики. Следовательно, целенаправленное развитие кадрового потенциала машиностроительных предприятий Украины является основным условием повышения конкурентоспособности машиностроительной продукции и фундаментом для реализации стратегий выживания и развития в условиях высокой изменчивости внешней среды, поэтому именно в настоящий период необходимо переосмысление парадигмы управления на основе использования прогрессивных технологий кадрового менеджмента.

Вопрос формирования эффективной корпоративной культуры современного высшего учебного заведения является весьма актуальным, поскольку проблемы формирования эффективной корпоративной культуры вуза тесно связаны с конкурентоспособностью на рынке труда подготовленных специалистов, в том числе инженерных и управленческих кадров, которых готовит Донбасская машиностроительная академия. В ряде вузов Украины, в том числе и в ДГМА разработаны положения о корпоративной культуре, ее структура, основные принципы. Особое значение имеет работа по обучению студентов основам корпоративной культуры.

Однако важнейшим условием успешной вузовской корпоративной культуры является уровень культуры преподавателей, их профессионализм и нравственные установки. Корпоративная культура вуза – это та среда, в которой поведенческие установки преподавателей передаются студентам. Студенческая культурная среда является зеркальным отражением культурной среды профессорско-преподавательского состава [4].

Авторами были изучены мнения дипломников (более 100 респондентов) по таким вопросам, как общий уровень развития корпоративной культуры в Донбасской государственной машиностроительной академии, качество преподавания и авторитет преподавателей, организация учебного процесса, условия быта и проживания в общежитии, организации досуга студентов.

Результаты проведенного исследования показывают, что 95 % выпускников оценивают общий уровень развития корпоративной культуры в академии как довольно высокий или скорее высокий, чем низкий и в тоже время почти 45 % считают совокупность средств влияния на информационное поле работодателей и общественности, которые наиболее полно раскрывали бы отличительные черты вуза, недостаточными.

Качество преподавания дисциплин гуманитарной и общей подготовки 45 % опрошенных считают высоким, 35 % – скорее высоким, чем низким и 20 % – низким. Качество преподавания профессионально-ориентированных дисциплин преподавателям выпускающей кафедры более 95 % студентов оценивают как довольно высокое или скорее высокое, чем низкое. В тоже время такое же число студентов полагают, что культура общения преподавателей со студентами довольно высокая или скорее высокая, чем низкая, а вот культура поведения студентов только в 10 % анкет указана как высокая, а в 40 % случаев она оценена как низкая.

Методическое обеспечение учебного процесса (наличие методических указаний, учебников, работа библиотеки) а также информационное обеспечение учебного процесса (наличие компьютерных классов, доступ в Internet до 90 % респондентов оценили довольно высоким или скорее высоким, чем низким).

Условия для раскрытия творческих и спортивных возможностей, талантов и способностей более 90 % студентов считают довольно высокими или скорее высокими, чем низкими, а качество организации досуга студентов 25 % из них оценили низкой оценкой.

Организация условий проживания и быта в студенческом общежитии получила следующие оценки: довольно высокая – всего 10 % всех опрошенных, скорее высокая, чем низкая – 60 %, низкая – 30 %. Организацию системы питания и дополнительных услуг более 90 % выпускников определяют как довольно высокую или скорее высокую, чем низкую.

Опыт показывает, что подобная картина в той или иной мере по отдельным составляющим корпоративной культуры имеет место в настоящее время практически во всех высших учебных заведениях Украины.

Исследование ценностных устремлений студентов вузов – будущих специалистов имеет важное общественно – социальное значение, так как именно они будут и должны составлять основу дальнейшего общественно – социального и культурного развития страны. Определенные исследования ценностных характеристик студентов 2–4-го курсов описаны в работе [1]. В связи с этим немалый интерес представляет исследование вопроса о том, какие же ценностные характеристики считают для себя важными выпускники вуза, стоящие на пороге большой жизни? (табл. 3).

Таблиця 3

Характеристики ценностей будущих специалистов (по мнению выпускников вуза)

№	Наименование рассматриваемых ценностей молодого специалиста	Средняя оценка в баллах по 5-бальной шкале
1	Перспективы работы по специальности с возможностью самореализации	4,15
2	Любая достаточно оплачиваемая работа	3,05
3	Работа за пределами Украины	2,6
4	Повышение своего профессионального уровня, самосовершенствование	4
5	Сделать карьеру	4,4
6	Достижение материального достатка	4,7
7	Организация своего бизнеса	3,7
8	Принесение пользы для общества	3,65
9	Социальная поддержка	3,15
10	Самостоятельность в достижении цели	4,15
11	Решение квартирного вопроса	3,65
12	Создание хорошей семьи	4,5
13	Удачно выйти замуж (жениться)	3,1
14	Возможность хорошего отдыха и реализация своего хобби	4,3

ВЫВОДЫ

В нынешних условиях функционирования машиностроительных предприятий особое значение приобретает формирование эффективной корпоративной культуры, которая позволит предприятиям достичь поставленных стратегических целей путём увеличения объёма продаж высокотехнологичной и наукоемкой продукции.

Важным фактором обеспечения эффективной работы предприятия является постоянное наращивание его интеллектуального потенциала.

При современном состоянии высшего образования в Украине корпоративная культура вуза может и призвана сыграть важную роль в консолидации всех направлений развития и этапов учебно-воспитательного процесса по подготовке высококвалифицированных специалистов. Именно через элементы корпоративной культуры высшего учебного заведения можно воспитать профессионалов, способных не только эффективно работать в современных рыночных условиях хозяйствования, но и создавать новые корпоративные ценности в тех организациях, в которых они будут работать путем одновременного достижения личностных ценностных устремлений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Коваленко Г. О. Корпоративна культура сучасного підприємства: навчальний посібник / Г. О. Коваленко, А. В. Остафійчук. – Краматорськ : ДДМА, 2011. – 127 с.
2. Корпоративная культура : [учеб. пособ.] / [Г. Л. Хаета, А. Л. Еськов, Л. Г. Хаета и др.]; под ред. Г. Л. Хаета. – Киев. : Центр учебной литературы, 2003. – 403 с.
3. Ладанов И. Социокультура организации / И. Ладанов // Управление персоналом. – 1999. – № 5 (35). – С. 55–59.
4. Запесоцкий А. Воспитание и образование / А. Запесоцкий // Высшее образование в России. – 2004. – № 2.