

## **ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ФАКТОРА РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ**

**Новиков П.А.,**

**научный руководитель к.э.н., доцент Разнова Н.В.**

*Сибирский федеральный университет*

Характерной тенденцией развития управленческой науки на этапе становления экономики инновационного типа является появление и совершенствование большого числа направлений, концепций и подходов к управлению человеческими ресурсами. Одной из таких концепций является концепция формирования организационной культуры основанной на ценностном управлении инновационным поведением сотрудников. Актуальность формирования новой, отвечающей требованиям современного этапа развития экономики России, внутренней культуры организации обусловлена кардинальными изменениями в политической и экономической сферах, произошедшими за последние двадцать лет. Переход от государственной к частной форме собственности, изменение статуса предприятий, ликвидация отраслевой зависимости, самостоятельный выход на международную арену - всё это требует формирования более эффективной организационные структуры, прогрессивных формы внутриколлективных отношений.

Организационная культура – это единое социально-экономическое пространство компании, в рамках которого взаимодействие работников осуществляется на основе общих идей, представлений и ценностей, определяющих особенности их трудовой жизнедеятельности и обуславливающих своеобразие философии, идеологии и практики управления человеческими ресурсами компании. Это некое социально-духовное поле компании, формирующееся под воздействием материальных и нематериальных, явных и скрытых, осознаваемых и неосознаваемых процессов и явлений, определяющих единство философии, идеологии, ценностей, подходов к решению проблем и поведения персонала компании и позволяющих организации продвигаться к успеху.

Роль организационной культуры в компании чрезвычайно важна и многоаспектна, в связи с этим сегодня исследователями этого феномена по-разному оценивается ее роль как социально-экономического управленческого инструмента. При этом практически все солидарны во мнении в отношении компонентов, характеризующих ее экономическую сущность - совокупность материальных, духовных, социальных ценностей, созданных и создаваемых сотрудниками компании в процессе трудовой деятельности и отражающих неповторимость, индивидуальность данной организации.

В зависимости от этапа жизненного цикла компании, ценности могут существовать в различных формах: предположений (на этапе активного поиска своей культуры), убеждений, установок и ценностных ориентации (когда культура сложилась в основном), норм поведения, правил общения и стандартов трудовой деятельности. [1] Однако среди наиболее значимых компонентов культуры, признаются ценности, миссия, цели компании, кодексы и нормы поведения, традиции и ритуалы.

Сегодня это не требует доказательств, принимается на веру, передается от поколения к поколению, формируя корпоративный дух компании, соответствующий ее миссии и генеральной цели. Вместе с тем в настоящее время фиксируются и изменения в организационной культуре, обусловленные происходящими в нашем обществе реформами. Поэтому для руководства инновационных компаний особенно важно и актуально сформировать такую организационную культуру, которая позволила бы реализовать ее потенциальные возможности с максимальной экономической и социальной эффективностью. Именно организационная культура в условиях инновационной экономики выступает важнейшим фактором развития компании, обеспечивая рост эффективности ее деятельности. Анализ успехов и неудач реализации нововведений в

компания указывает на тот факт, что в основе этого процесса часто лежат как раз причины, относящиеся к ее организационной культуре.

Надо заметить, что ценности, разделяемые большинством сотрудников компании, являются ядром организационной культуры, определяющим все остальные ее элементы. Именно на основе ценностей вырабатываются, в частности, нормы и формы поведения сотрудников компаний. Однако, ценности оказывая существенное влияние на деятельность компании, они могут способствовать как ее развитию, так и быть тормозом на ее пути. В этом случае необходим континуум между интересами корпоративного центра и культурными традициями, сложившимися в компании в предшествующие годы. При провозглашении и закреплении ценностей организационной культуры меняются и нормы поведения.

Организационная культура – это убеждения, нормы поведения, установки и ценности, которые являются теми не писаными правилами, определяющими как должны работать и вести себя люди в данной организации. Вполне очевидно, что если культура организации согласуется с ее общей целью, она может стать важным фактором организационной эффективности. Именно поэтому, руководители успешных организаций, в настоящее время рассматривают культуру как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения и отдельных лиц на общие цели, мобилизовать инициативу сотрудников и обеспечить продуктивное взаимодействие.[3]

Отметим, что чаще всего в компаниях формируется культура, в которой воплощаются ценности и стиль поведения их лидеров и в этом контексте организационная культура может быть определена как совокупность норм, правил, обычаев и традиций, которые поддерживаются субъектом организационной власти и задают общие рамки поведения работников, согласующиеся со стратегией организации. Организационная культура включает не только глобальные нормы и правила, но и текущий регламент деятельности. Она может иметь свои особенности, в зависимости от рода деятельности, формы собственности, занимаемого положения на рынке или в обществе.

Анализ международной практики формирования организационной культуры компаний указывает на то, что порой правильные и сами собой напрашивающиеся стратегии и мероприятия отвергаются или не получают распространения, поскольку они «чем-то» ей не подходят. Как правило, это связано с организационной культурой. Это объясняется тем, что существующая организационная культура в данном случае приходит в противоречие со структурой, системами и людьми, с помощью которых новая стратегия должна рассматриваться на практике.

Сама идея организационной культуры носит достаточно абстрактный характер, однако, как воздух в комнате, она окружает все и влияет на все, что происходит в организации, в связи с этим значение корпоративной культуры для развития любой компании определяется рядом обстоятельств:

– *во-первых*, она придает сотрудникам организационную идентичность, определяет внутригрупповое представление о компании, являясь важным источником стабильности и преемственности в организации. Это создает у сотрудников ощущение надежности самой организации и своего положения в ней, способствует формированию чувства социальной защищенности;

– *во-вторых*, знание основ организационной культуры своей компании помогает новым работникам правильно интерпретировать происходящие в организации события, определяя в них все наиболее важное и существенное;

– *в-третьих*, внутриорганизационная культура, более чем что-либо другое, стимулирует самосознание и высокую ответственность работника, выполняющего поставленные перед ним задачи.

Организационная культура компании выполняет ряд важнейших *функций*, значимость и приоритетность которых для развития ее инновационной деятельности может меняться. Это зависит от типа компании, этапа ее развития и целей, поставленных

ее руководством и, как ранее отмечалось, именно ценности оказывают существенное влияние на характер ее инновационной деятельности компании.

Сила организационной культуры определяется, по крайней мере, двумя важными факторами: *степенью принятия членами организации основных ценностей компании и степенью их преданности этим ценностям*. Очевидно, что даже преуспевающие зарубежные компании с сильной организационной культурой, нуждаются в постоянном поддержании и развитии своих культурных ценностей, что требует больших усилий со стороны менеджмента компаний. Трудность поддержания требуемого уровня организационной культуры заключается в том, что вновь принятые сотрудники 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 культурные ценности внутри организации. Для поддержания сложившейся системы культурных ценностей организации, необходимо постоянно оказывать влияние на формирование ценностных ориентаций сотрудников для максимального сближения их с ценностями самой организации.

На наш взгляд, инновационная деятельность компании определяется и зависит от ее инновационного потенциала. Ее можно рассматривать как инновационный процесс, который, как и всякий трудовой процесс, имеет результат, который должен сегодня рассматриваться как инновационный. Их выявление является начальным этапом в формировании организационной культуры, направленной на инновации. Поэтому ценности компании должны быть не только провозглашены и разделены, но и практически реализовываться в ее повседневной деятельности. При этом они должны быть поддерживаемыми и мотивированными руководством компании. Только в этом случае, можно сформировать организационную культуру, направленную на инновации.

Следует отметить, что инновационная деятельность компании складывается из инновационной деятельности различных элементов и уровней и включает инновационную деятельность группы и инновационную деятельность каждого работника. При этом под термином «работник» в современных условиях хозяйствования, следует понимать инновационную личность, которая, реализуя свой инновационный потенциал, осуществляет инновационную деятельность.

Сегодня, в научной среде имеет место мнение, что современной инновационная деятельность зависит не только от инновационного потенциала личности, но и от ее инновационной *восприимчивости и активности* и чем больше инновационных личностей работает в компании, тем будет выше ее инновационный потенциал. [2] Весьма точно, определены и черты, присущие инновационной личности: открытость к инновациям; ориентация на настоящее и будущее; экономия времени и пунктуальность; уверенность в своих возможностях, контроль над политическими, экономическими и другими социальными проблемами; планирование будущих действий для достижения предполагаемых целей, как в общественной, так и в личной жизни; вера в регулируемость и прогнозируемость социальной жизни, позволяющие рассчитывать свои действия; чувство справедливости; вера в возможность соответствия вознаграждения мастерству и вкладу; высокая ценность образования и обучения и др.

Именно инновационные личности сегодня могут являться носителями определенных инновационных ценностей и норм, влияющих на формирование организационной культуры, направленной на инновации. Инновационные ценности более быстро и осмысленно воспринимаются и разделяются именно инновационными личностями. Чем больше инновационных личностей работает в компании, следовательно, тем больше разделяемых ценностей организационной культуры, направленных на инновации, может появиться и быть реализовано. Если сотрудник разделяет ценности и нормы поведения организационной культуры в компании, то он остается работать в ней, развивая свой потенциал и повышая эффективность деятельности компании.

Полноценное использование потенциала способствует развитию работников и компании. Представляется, что целенаправленное формирование и изменение организационной культуры должно осуществляться с учетом факторов, оказывающих на нее влияние. Для оценки степени разделяемости организационной культуры в компании и определения ценностей, преобладающих в ее структуре важен постоянный их мониторинг, что позволит ее руководству своевременно и правильно внести изменения в ее организационную культуру. Руководство же компании посредством управления должно обеспечить благоприятные условия для своевременной и адекватной реализации предполагаемых изменений, от чего зависит эффективность ее деятельности и конкурентоспособность во внешней среде.

#### Литература:

1. Ахмаева Л.Г. Модель формирования организационной культуры, направленной на инновации./ Л.Г.Ахмаева. // Материалы 21-ой Всероссийской научной конференции молодых ученых и студентов, Вып. 2/ГУУ. – М:2006.-С. 128.
2. Горцевская Е.А. Экономические аспекты формирования организационной культуры предприятий и бизнес-групп. / Е.А. Горцевская // Вестник ЮРГТУ (НПИ)-2011. № 1- С. 149.
3. Николаев А. Инновационное развитие и инновационная культура. / А.Николаев // Проблемы теории и практики управления, №5, 2001г.