

ИННОВАЦИОННЫЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ: ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА

С.А. Ильиных

Новосибирский государственный университет
экономики и управления – «НИНХ»

li.sa@mail.ru

В статье рассматриваются средства организационной культуры, благодаря которым она выступает как инновационный фактор эффективного управления организацией.

Ключевые слова: организационная культура, эффективность, инновационный фактор.

Введение

Реальными и потенциальными силами эффективного управления организацией выступают традиционные и инновационные средства. Традиционное управление базируется на системе формальных норм и правил, целенаправленно используемых руководством, а инновационное – на использовании новых методов, таких как организационная культура. При этом организационная культура детерминирует традиционные методы управления.

Нужно отметить, что культура организации во все времена оказывала управляющее влияние через систему ценностей, норм, принципов деловой этики, а также через культурное пространство, культурное поле, в рамках которого находится общественное мнение членов организации по всем организационным вопросам. По нашему мнению, многие организационные проблемы лежат в социокультурной области – в области, максимально связанной с проявлением сущности человека, его социокультурных качеств. Обратим лишь внимание еще раз на то, что провести четкую линию между этими двумя факторами невозможно, поскольку традиционные методы детермини-

рованы культурными, а эффективность деятельности каждой организации предопределяется такими важными факторами, как комплексная система управления, сочетающая традиционность и инноватику.

Методологически многие инновационные средства эффективного управления, актуализирующиеся в рамках организационной культуры, базируются на принципе социальной и этической полезности. По мнению Т. Талауликара, социальная и этическая полезность наряду с правовой дозволенностью и экономической эффективностью представляют собой общий принцип в системе принципов «надлежащего управления»¹. Цель принципа социальной и этической полезности заключается в обеспечении моральной легитимности предприятия, а также повышении социально-этического качества управления. На практике эти принципы можно применять через принципы дополняемости, ценностной ориентации, человеческого достоинства и устойчивого развития.

¹ Талауликяр Т. Принцип социальной и этической полезности в управлении предприятием / Т. Талауликяр // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – № 3. – С. 68–73.

Принцип дополняемости базируется на различии между макроуровнем (экономика в целом), мезоуровнем (предприятие) и микроуровнем (индивидуум). Внутрифирменная этика не может рассматриваться в отрыве от общественных рамочных условий и индивидуальных участников хозяйственного процесса. *Принцип ценностной ориентации* акцентирует внимание на важности выявления, применения и изменения социальных и моральных ценностей организации. Кроме того, «предприятия должны осознавать, что их деятельность вносит определенный вклад в создание общественно значимых ценностей, а также развивать особую чувствительность по отношению к ним»². Конкретные действия не могут быть только юридически допустимыми или экономически целесообразными, но и должны предусматривать моральные последствия. К числу основополагающих этических принципов относится *человеческое достоинство*. Этот принцип также должен соблюдаться управляющей системой. *Принцип устойчивого развития* нацелен не только на сохранение жизненных условий для современных людей, но и экологических условий, обеспечивающих равные возможности для развития всех будущих поколений.

Общие принципы предписывают управляющим и подчиненным руководствоваться социальными и моральными требованиями в процессе постановки и достижения целей организации. В случае выполнения конкретных действий общие принципы преобразуются в оперативные специальные принципы на основе идей дозволенности, целесообразности и полезности. Таким образом, повышение эффективности управления на основе использования принципа социальной

и этической полезности осуществляется за счет приведения в действие социально-этической составляющей механизма управления. На наш взгляд, в период трансформации российского общества эта составляющая отошла на задний план, а порой вообще перестала приниматься во внимание, поскольку в управлении организациями стал преобладать сугубо прагматический и технико-технологический подход. Причины этого вполне объяснимы: поиск путей, методов и средств управления в новых экономических условиях. Однако с течением времени со всей очевидностью обнаружилось, что залогом успеха для деятельности организации является соблюдение указанного принципа.

Социально-этическая составляющая механизма управления выводится на первый план, если во главу угла организации поставлен *человек*. При этом возникает интересная взаимосвязь: как только «человеческий фактор» занимает доминирующие позиции, наблюдается резкий рост экономических показателей. Общеизвестен факт того, что учет социально-этической составляющей в организационной культуре привел к взлету производительности труда и его прибыльности. Данный феномен наблюдался вначале в японских корпорациях, а затем в европейских и американских. Поэтому опыт этих стран, и прежде всего использование передовых методов управления развитых стран, опора на социально-этическую составляющую, может привести к более эффективному управлению российских организаций. Несомненно, что важно уметь использовать наработки в области управления с учетом специфики национальной культуры.

Обратим внимание еще раз на то, что именно организационная культура приво-

² Там же. – С. 72.

дит в действие социально-этическую составляющую механизма управления. Это становится возможным в результате ее гуманизации, обращенности к человеку. Здесь важно указать также на то, что она, как инновационный фактор эффективного управления, может влиять на персонал посредством самых разных средств. Это могут быть «деятельные» средства, т. е. связанные с непосредственной деятельностью организации. Сюда включаются форма организации и содержание труда, регламентация деятельности, условия труда. Это могут быть и «коммуникативные» средства. Культура организации проявляется как фактор управления персоналом и через организацию разного рода коммуникаций. «Коммуникативные» средства могут различаться в зависимости от горизонтального и вертикального уровня коммуникации.

Это могут быть и средства влияния организационной культуры на персонал, которые актуализируются именно благодаря обращению к гуманистической составляющей культуры. Постановка человека во главу организации позволяет выделить такие средства, которые учитывают «человеческий фактор». В данном случае мы имеем в виду возможность каждым индивидом не только реализовать свои насущные потребности в рамках организации, но и раскрыть внутренние глубины своего потенциала. Реальная, а не умозрительная и декларируемая возможность раскрыть потенциал мотивирует субъектов деятельности, позволяет им осуществить свою индивидуальную и социальную субъектность. Реализация личностного потенциала зависит и от субъективного фактора, и от складывающихся объективных условий, культуры организации.

Рассмотренная нами лишь часть инновационных средств организационной культуры оказывает решающее влияние на выбор моделей социального поведения, на повышение лояльности к организации и управляемости персоналом организации. Обращение через создание соответствующих условий культуры организации к *человеку как субъекту* создает среду для удовлетворенности от работы, удовлетворенности собой, высокой мотивации к конкретной работе. За счет таких параметров создаются дополнительные условия управляемости персонала. Подводя итоги, можно отметить, что в организационной культуре потенциально заложен значительный ресурс управления, а сама она, будучи фактором управления организацией, обладает значительным количеством инновационных, специфических методов управления.

Эмпирическая иллюстрация

Данное положение получило проверку в эмпирическом исследовании, проведенном нами в организациях малого бизнеса г. Новосибирска. Для проверки теоретических выводов использовался двухступенчатый отбор. На первой ступени с помощью простого случайного отбора осуществлен выбор организаций малого и среднего бизнеса, на второй – систематический стратифицированный отбор респондентов. В данной статье мы приводим результаты исследования трех организаций г. Новосибирска: ресторанного комплекса (выборочная совокупность $N = 19$, генеральная совокупность 70 человек), торговой фирмы по продажам строительных и отделочных материалов (выборочная совокупность $N = 26$, генеральная совокупность 150 человек), фирмы по продажам товаров для дома (выборочная совокупность $N = 19$,

генеральная совокупность 280 человек). Обозначим исследуемые организации следующим образом: ресторанный комплекс как РК, торговую фирму по продажам товаров для дома как ПТД, торговую фирму по продажам строительных и отделочных материалов как ПСОМ.

Нами предлагалось оценить факторы, по которым работа в организации приносит респондентам удовлетворение. Шкала ответов включала такие варианты, как «часто», «иногда», «никогда». Первый подлежащий оценке фактор – профессия. 50,0 % респондентов-женщин в ПСОМ; 54,5 % в ПТД; 36,4 % в РК считают, что этот фактор часто приносит им удовлетворение. У мужчин наблюдается несколько иная картина. В большинстве случаев этот фактор удовлетворяет их иногда. Такое мнение имеют по 62,5 % опрошенных в ПСОМ, ПТД, РК. Вероятно, такое распределение можно объяснить тем, что в индивидуальных сознаниях мужчин и женщин и во всех формах общественного сознания присутствуют гендерные представления, гендерные картины мира: для мужчины важна публичная сфера, для женщины – приватная. Поэтому к профессии мужчины предъявляют существенные требования как к первостепенному фактору удовлетворения своих профессиональных и личностных потребностей. Если в культуре организации не складывается необходимых условий для этого, то субъективно мужчины оценивают этот фактор как приносящий удовлетворение иногда. Для женщин же профессия не относится к числу приоритетных факторов. Поэтому они меньше предъявляют требований к этому фактору и меньше ожидают от него, что субъективно влияет на более частую удовлетворенность. Однако то, что немалая доля женщин (38,9 % респонден-

тов ПСОМ; 36,4 % в ПТД; 45,5 % в РК) оказывается иногда удовлетворена профессией, свидетельствует о том, что организационная культура влияет на персонал, создавая или не создавая соответствующих условий.

Культура организации может существенно повлиять на работающих посредством содержания труда. Оказалось, что лишь для 55,6 % женской аудитории из ПСОМ этот фактор часто влияет на удовлетворенность. А 54,5 % респондентов-женщин в ПТД и 36,4 % в РК относят его к иногда влияющим. У мужчин этот фактор вновь в большинстве случаев (50,0 % респондентов в ПСОМ; 37,5 % в ПТД; 75,0 % в РК) приносит удовлетворение иногда. Данные результаты можно интерпретировать следующим образом: содержание труда в действительности является важным фактором влияния на персонал. Но, оценивая содержание труда в организационной культуре конкретной организации, и мужчины, и женщины вынуждены признать, что в реальной практике этот фактор удовлетворяет их лишь иногда, что тем не менее влияет на состояние их удовлетворенности. Аналогичные результаты мы получили и по фактору «форма организации труда». Из числа опрошенных женщин 50,0 % в ПСОМ; 54,5 % в ПТД; 45,5 % в РК, а также из числа опрошенных мужчин 62,5 % в ПСОМ и по 50,0 % в ПТД и РК оценили этот фактор как иногда приносящий удовлетворение. Все это позволяет говорить о том, что организационная культура через содержание труда оказывает воздействие на персонал, на субъективное восприятие жизни и деятельности.

Перечисленные факторы влияния культуры организации на персонал можно отнести к неочевидным, непрямым, на

наш взгляд. Вместе с ними оказывают воздействие и более выраженные, проявленные факторы влияния. К числу таких относятся режим работы, рабочее место, офис; отношения с коллегами; отношения с руководством. Что касается режима работы, рабочего места, офиса, то здесь прямо противоположная картина в мужской и женской аудитории респондентов. Для двух групп женщин (55,6 % опрошенных в ПСОМ и 63,6 % в ПТА) этот фактор часто влияет на удовлетворенность, а для 54,5 % женщин из РК – иногда. У мужчин, напротив, для двух групп (50,0 % респондентов в ПСОМ; 62,5 % в РК) этот фактор иногда приносит удовлетворение, а для одной (75,0 % опрошенных в ПТА) – часто. Полученное распределение можно интерпретировать, если обратиться к выборкам внутри одной организации. Оказывается, что и мужчины, и женщины одной организации проявляют солидарность во мнениях. И те и другие удовлетворены в равной степени (либо часто, либо иногда). Именно это позволяет нам сделать вывод о том, что режим работы организации как один из показателей ее культуры влияет на персонал. Степень влияния может варьировать в зависимости от качественного состояния культуры конкретной организации.

По фактору «отношения с коллегами» группы респондентов демонстрируют полное единодушие. Как женщины (77,8 % респондентов в ПСОМ; 81,8 % в ПТА; 45,5 % в РК), так и мужчины (37,7 % опрошенных в ПСОМ; 87,5 % в ПТА; 100,0 % в РК) считают, что отношения с коллегами часто приносят им удовлетворение. Безусловно, этот фактор является одной из проявленных характеристик культуры организации. Отношения с руководством также является очевидной характеристикой культуры. Од-

нако одна женская группа (55,6 % респондентов в ПСОМ) и одна мужская группа (50,0 % опрошенных в РК) полагают, что этот фактор иногда приносит удовлетворение. Остальные считают, что отношения с руководством часто влияют на удовлетворение. Все это позволяет нам сделать вывод о существенном влиянии характера, качества и определенности культуры организации на персонал.

Предлагая оценить респондентам, насколько влияет их организация на возможности раскрыть внутренний потенциал, мы в действительности стремились выяснить, насколько культура организации создает условия для этого процесса. Оказалось, что внутри одной организации респонденты мужской и женской групп по-разному оценивают влияние. Здесь присутствуют все варианты ответов: «да, я могу развивать свой потенциал»; «нет, не влияет»; «влияет, но частично» и «затрудняюсь с ответом». Но все же суммарно большинство респондентов считают, что влияет полностью либо частично. Единодушие проявлено только в одной организации по продажам товаров для дома. Здесь и мужчины (62,5 % респондентов), и женщины (63,6 % опрошенных) полагают, что организация влияет на возможность раскрыть свой внутренний потенциал. Возможно, это можно объяснить перспективами развития этой организации в условиях Новосибирска. В целом результаты исследования по данному фактору свидетельствуют о том, что организационная культура влияет на возможность раскрыть внутренний потенциал персоналом организации.

Для исследования влияния культуры организации на членов организации нами предлагались также различные суждения, относительно которых требовалось выра-

знить согласие. Эти суждения, на первый взгляд, никак не связаны с оценкой культуры работы человека в организации. Однако косвенный характер самих вопросов позволяет самым непосредственным образом выявить исследуемый нами вопрос. Так, суждение «я беспокоюсь о будущем» позволяло выявить степень уверенности респондентов, которая обеспечивается в том числе и его сферой деятельности, его непосредственной работой. Значительное большинство респондентов в разной степени беспокоятся о будущем. Здесь, возможно, вместе с политическими, экономическими и социальными факторами макросоциального уровня влияет и такой микросоциальный фактор, как характер деятельности, политика, устойчивость непосредственной организации, что характеризует ее культуру. Вероятно, в силу неуверенности в завтрашнем дне практически все опрошенные стараются сами «проявлять инициативу и все брать в свои руки» (22,2 % респондентов-женщин в ПСОМ; по 36,4 % в ПТД и РК; 37,5 % респондентов-мужчин в ПСОМ; 62,5 % в ПТД; 37,5 % в РК).

Заключение

Подводя итоги, можно отметить, что организационная культура выступает фактором управления персонала организации. Более того, она влияет в целом на возможность осуществления каждым субъектом своей индивидуальной, личностной субъектности, на субъективное восприятие уверенности в будущем, на возможность мобилизации своей активности. Культура организации, развиваясь в направлении ее большей человечности, гуманистичности, может способствовать формированию значительного числа уверенных в завтрашнем дне, удовлетворенных, гармоничных россиян, что, безусловно, повлияет на состояние всего общества.

Литература

Талауликар Т. Принцип социальной и этической полезности в управлении предприятием / Т. Талауликар // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – № 3. – С. 68–73.