

Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 7, №5 (2015) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol7-5>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/39EVN515.pdf>

DOI: 10.15862/39EVN515 (<http://dx.doi.org/10.15862/39EVN515>)

УДК 33

Юхнева Евгения Анатольевна
ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»
Россия, г. Киров¹
Ассистент
E-mail: genia-kirov@mail.ru

Обоснование выбора элементов организационной культуры для оценки ее эффективности и конкурентоспособности социально-экономических систем

¹ 610020, г. Киров, ул. К. Маркса, д. 42, кв. 50

Аннотация. Современной проблемой в сфере исследований потенциала организаций является выбор оптимального количества составляющих элементов для оценки их стратегического состояния как материальной, так и нематериальной частей организации – организационной культуры.

При оценке организационной культуры можно использовать совокупность всех элементов, но это становится трудоемким, а можно использовать только их часть, что не уменьшает достоверности результатов оценки.

Авторская модель оценки организационной культуры направлена на исследование не только нематериальной (духовной) составляющей организаций, но и материальной, что в большинстве имеющихся методик оценки организационной культуры отсутствует. Также, при определении факторов, участвующих в оценке состояния организационной культуры, было определено достаточно большое их количество, поэтому была поставлена задача их ранжирования, и выделения наиболее существенных. При ранжировании элементов организационной культуры использовался экспертный метод.

Всего, в исследовании ранжирование проводилось по 13 элементам организационной культуры, из которых было выделено три основных элемента, характеризующие организационную культуру: «качество», «бренд» и «имидж», которые имеют наивысшее значение.

Ключевые слова: проектирование; эффективная культура; оценка организационной культуры; ранжирование; качество; бренд; имидж.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Юхнева Е.А. Обоснование выбора элементов организационной культуры для оценки ее эффективности и конкурентоспособности социально-экономических систем // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №5 (2015) <http://naukovedenie.ru/PDF/39EVN515.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/39EVN515

Любая организация является социально-экономической системы, поэтому при разработке стратегий их развития требуются исследования обеих ее подсистем: социальной и экономической. Современной проблемой в сфере исследований потенциала организаций является выбор оптимального количества составляющих элементов для оценки их стратегического состояния как материальной, так и нематериальной частей организации – организационной культуры (ОК).

Оценка состояния существующей культуры в современных организациях необходимо для определения вектора направлений стратегического развития. Какие бы стратегии не разрабатывались в организациях, реализация их невозможна без эффективной организационной культуры (ОК), состояние которой не только соответствует запланированным переменам, но и повышает конкурентоспособность самим организациям [7, 8, 11, 13, 16].

Эффективная организационная культура – это «сильная» культура, высокого уровня развития, соответствующая переменам, происходящим в рыночной среде. При эффективной ОК сотрудники достигают наивысших результатов деятельности. Также эффективная ОК может рассматриваться как фактор конкурентоспособности организаций [7, 8, 11, 12, 14, 15].

Из этого вытекает необходимость разработки мероприятий для перевода ОК в тип, соответствующий стратегиям развития [16].

В научных работах отечественных и зарубежных ученых достаточное количество информации по оценке материальной части организации. Также установлено, что нематериальная часть организации (ОК) чаще всего оценивается с позиции социологии и психологии и практически не используются на практике из-за сложности проведения оценки. Также, несмотря на сильное влияние ОК на состояние материальной части организации, предлагаемые методы оценки ОК, практически ни как не связаны друг с другом.

Для разработки наиболее приемлемого для практического применения метода оценки ОК, необходим набор оптимального количества элементов, выступающих в роли индикаторов, по которым можно определить тип и эффективность организационной культуры и конкурентоспособность предприятий [8, 11, 12].

В данном исследовании рассматривается следующая типология ОК: «бюрократическая», «опекунская», «предпринимательская», «праксиологическая» [7, 8, 9, 12].

При планировании инновационного развития в организациях должен присутствовать деловой дух сотрудников и атмосфера доверия, сотрудничества и творчества, поэтому культура должна быть «праксиологической» (деловой) [7, 8, 9, 12].

Планирование реструктуризации в организациях должно сопровождаться развитием у сотрудников осознания необходимости проявления предпринимательских качеств, развитию которых способствует «предпринимательская» культура».

При внедрении новой техники и технологий во всех сферах социально-экономической деятельности организаций, требуется адаптация, поддержка и обучение сотрудников, что соотносится с «опекунской» культурой.

В случае возникновения серьезных кризисных проблем, требуется сильная команда руководителя с использованием элементов «бюрократической» культуры, где необходима концентрация власти и четкое видение будущего. Это возможно при руководителе, мыслящем стратегически, который видит будущее организации. Руководитель, который использует сочетание форм власти: «законной», «экспертной» и «эталонной».

Все вышеизложенное обосновывает необходимость мониторинга ситуации на рынке, оценки существующей культуры в организации, на основании чего внесения в состояние ОК своевременных и необходимых изменений.

С учетом, имеющихся в научной литературе отечественных и зарубежных авторов, методик оценки типа организационной культуры, авторами обоснована необходимость в разработке собственной модели оценки ОК².

Организационная культура проявляется в каждой части организации, в каждом из ее дел, и как отмечалось выше, организационную культуру можно представить как комплекс культур труда, управления и отношений [6, 7, 8, 9].

При оценке организационной культуры можно использовать совокупность всех элементов, но это становится трудоемким, а можно использовать только их часть, что не уменьшает достоверности результатов оценки.

Авторская модель оценки ОК направлена на исследование не только нематериальной (духовной) составляющей организаций, но и материальной, что в большинстве имеющихся методик оценки ОК отсутствует. Также, при определении факторов, участвующих в оценке состояния ОК, было определено достаточно большое их количество, поэтому была поставлена задача их ранжирования, и выделения наиболее существенных, результат представлен в табл. 1.

Ранее, при изучении научной литературы отечественных и зарубежных ученых, установлены следующие элементы³ организационной культуры, оказывающие наиболее существенное влияние на ее состояние:

- миссия и цели организации;
- общественно прогрессивные формальные и неформальные правила и нормы деятельности;
- обычаи и традиции;
- индивидуальные и групповые интересы стейкхолдеров;
- особенности поведения персонала;
- стиль руководства;
- тип руководителя.

² Модель оценки ОК описана в научных работах авторов Н. А. Юхнева, Е. А. Юхнева (прим. авт.)

³ В данном исследовании элементы ОК авторами рассматриваются в качестве факторов (показателей), формирующих ОК (прим. авт.).

Таблица 1

Результаты ранжирования элементов организационной культуры

№ п / п	Элементы организационной культуры	Значение оценки элементов ОК / общая сумма баллов, выставленных экспертами по каждому элементу ОК												Баллы		К веса эле ментов ОК	Ранг (место) эле мента ОК
		«Очень низкое»		«Низкое»		«Среднее»			«Высокое»		«Очень высокое»		Итого, Σ	Ср. балл			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	Миссия и цели организации		1		3	8		12	7		18		49	5,4	0,077	5	
2	Общественно прогрессивные формальные и неформальные правила и нормы деятельности			2	3	12	10		14				41	4,6	0,064	7	
3	Обычаи и традиции		1	4	3	4	15		8				35	3,9	0,055	11	
4	Индивидуальные и групповые интересы стейкхолдеров ⁴			4	9	8	10		7				38	4,2	0,059	12	
5	Особенности поведения персонала				6	12	10	12					40	4,4	0,063	8	
6	Стиль руководства					8	5	12	14	8	9		56	6,2	0,088	4	
7	Тип руководителя			2	6		10	6	7		9		40	4,4	0,063	9	
8	Показатели уровня удовлетворенности сотрудников условиями труда, работой и отношениями, существующими в организации		2	4	6	4	5	6					27	3	0,04	13	
9	Степень сплоченности, сотрудничества и совместимости сотрудников между собой и с организацией				9	12	10	6					37	4,1	0,058	10	
10	Качество							10	7	16	27	20	80	8,8	0,125	1 ⁴	

⁴ Стейкхолдеры – заинтересованные физические и юридические лица (субъекты рыночной деятельности) в развитии организации (покупатели, сотрудники, партнеры, учредители, представители органов власти и т.д.), прим. авт.

II	Бренд и его соответствие общей концепции ОК, определяющий место в рейтинге организаций-конкурентов						5		21	16	27	10	79	8,7	0,123	2
12	Имидж организации						5		7	16	18	30	76	8,4	0,119	3
13	Инновационный потенциал и перспективы стратегического развития организации						5	6	14	8		9	42	4,7	0,066	6
	Итого / ср. значение												640/ 71,1 ¹	70,8 /5,4 ²	1 ³	

Примечание:

1. 640 – итого баллов, 71,1 – среднее значение количества баллов, приходящихся на одного эксперта;
2. 70,8 – итого сумма средних баллов оценки элементов ОК; 5,4 – средний балл оценки суммы баллов по всем элементам ОК;
3. 1 – коэффициент значения всей суммы баллов по элементам ОК; в строках от 1 до 13 – коэффициент веса значения каждого элемента ОК;
4. Выделенные цифры от 1 до 3, показывают ранг (место) первых трех, наиболее значимых, элементов ОК.
 - показатели уровня удовлетворенности сотрудников условиями труда, работой и отношениями, существующими в организации;
 - степень сплоченности, сотрудничества и совместимости сотрудников между собой и с организацией;
 - качество;
 - бренд и его соответствие общей концепции организационной культуры, определяющий место в рейтинге предприятий-конкурентов;
 - имидж организации;
 - инновационный потенциал и перспективы стратегического развития организации [1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 11, 12].

На основе исследования содержания понятий и характеристик элементов организационной культуры установлено, что организационная культура может быть оценена через взаимосвязь трех основных составляющих: качества, бренда и имиджа [9, 10, 12].

Перед экспертами стояла задача оценки значимости каждого из этих элементов в процессе формирования ОК, соответствующей ее стратегической цели развития. Каждому элементу необходимо выставить определенное количество баллов (от «0» до «10»).

При ранжировании элементов ОК использовался экспертный метод (в группу экспертов вошли преподаватели вузов, менеджеры, и предприниматели). Исходя из правила Парето (20 / 80) из общей совокупности элементов, характеризующих организационную культуру можно отобрать наиболее важные (20%), что обеспечивает результат оценки с долей

вероятности в 80%. Также, в ряде научных работ отечественных и зарубежных ученых доказана тесная статистическая взаимосвязь этих элементов.

Всего, в исследовании ранжирование проводилось по 13 элементам ОК, из которых 20% составляют 3 элемента. Из данных таблицы видно, что определились три основные элемента, характеризующие ОК: «качество», «бренд» и «имидж», именно эти элементы имеют наивысшее значение (8,8; 8,7 и 8,4 балла). По списку это 10, 11 и 12 элементы ОК, рис. 1.

Преимуществом использования правила Парето является упрощение и ускорение процесса оценки типа и эффективности существующей культуры в организациях и моделей коллективного поведения. Данные элементы («качество», «бренд» и «имидж») использовались в качестве показателей оценки ОК, в модели, разработанной автором. В данной статье модель оценки ОК не представлена⁵. При использовании авторской модели оценки культуры организации определяется эффективность ОК, модель коллективного поведения и конкурентные позиции организации. Также ценность модели заключается в возможности определения будущего стратегического состояния организации в отношении типа и эффективности ОК, моделей коллективного поведения и конкурентоспособности организации [14].

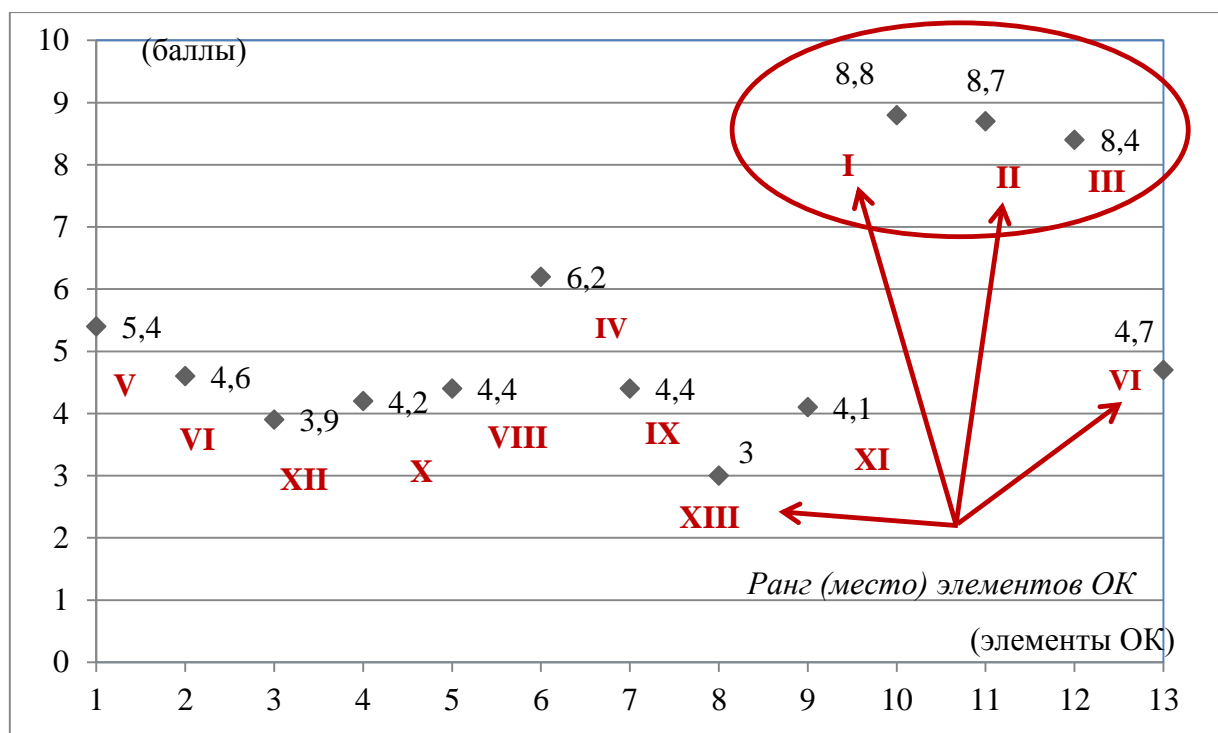


Рисунок 1. График распределения ранжированного ряда элементов организационной культуры

Показатели «качество», «бренд» и «имидж» по их значимости выстраиваются в иерархию, рис. 2.

Качество является базовым показателем конкурентоспособности организаций и гарантией высокого уровня отношений между стейкхолдерами. Бренд - один из инструментов формирования отличительных особенностей организаций и реализуется не только через форму и содержание самого бренда, но и поведение тех, кто его представляет на рынке.

⁵ Познакомиться с авторской моделью оценки эффективности ОК можно в ряде работ автора (прим. авт.).

Имидж - важная составляющая любой стратегии организации, его формирование является частью общей политики качества и бренда организаций. Имидж представляет собой внешний облик организаций и стиль их поведения в отношении со стейкхолдерами [6, 7, 9, 10, 11, 12, 15, 16].

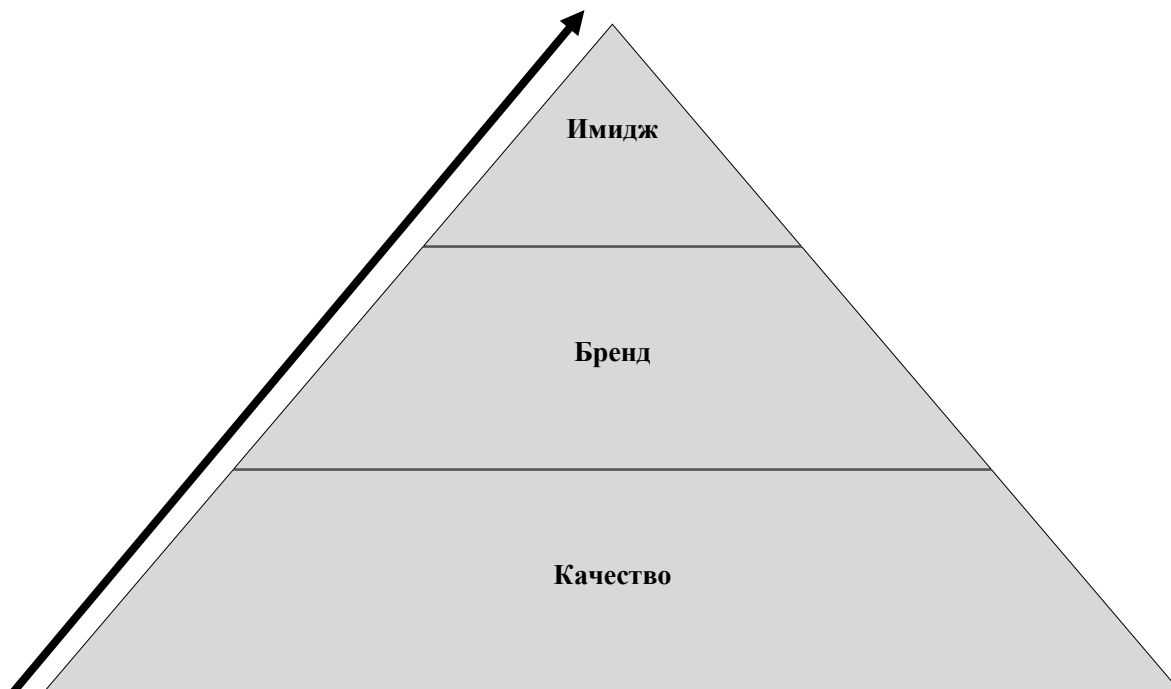


Рисунок 2. Иерархия наиболее существенных элементов организационной культуры, используемых при ее оценке

Высокий уровень качества товаров и услуг укрепляет коммуникации в процессе взаимоотношений, возникающих со стейкхолдерами, «сильный» бренд повышает уровень известности организаций, а имидж организаций является результатом коммуникаций и в целом, всей деятельности организаций. Поэтому эффективная ОК является залогом успешного развития организаций в рыночной экономике.

ЛИТЕРАТУРА

1. Десслер, Г. «Управление персоналом» [Текст]: Г.Д. Десслер / Пер. с англ. — М.: БИНОМ, 2007 – 528 с.
2. Рюттингер, Р. «Культура предпринимательства» [Текст]: Р. Рюттингер / Пер. с немецкого – М.: ЭКОНОМ, 2002 – 240 с.
3. Фомичев А.Н. Стратегический менеджмент [Текст]: Учебник. – М.: ИТК Дашков и К, 2010. – 468 с.
4. Хажински, А. Гуру менеджмента [Текст]: А. Хажински / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2002. – 480 с.: ил. – (Серия «Теория и практика Менеджмента»).
5. Чкалова, О.В. Развитие лидеров российского рынка на основе стратегий роста. // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2013. №3. 30 – 38 С.
6. Юхнева, Е.А. Формирование эффективной организационной культуры [Текст]: Е.А. Юхнева, Н.А. Юхнева / Учебное пособие – Киров: Изд-во ВятГУ, 2011. – 122 с.
7. Юхнева, Е.А. Организационная культура как фактор конкурентоспособности [Текст]: Н.А. Юхнева, Е.А. Юхнева / ВятГУ, ФЭМ, каф. СТД // Ежегодная открытая Всероссийская научно-техническая конференция «Общество, наука, инновации» (НТК-2011): сб. материалов / ВятГУ. - Киров, 2011.
8. Юхнева, Е.А. Формирование эффективной организационной культуры [Текст]: Е.А. Юхнева, Н.А. Юхнева / Учебное пособие – Киров: Изд-во ВятГУ, 2011. – 122 с.
9. Юхнева, Е.А. Организационная культура в системе стратегического управления [Текст]: Е.А. Юхнева, Н.А. Юхнева / Монография. – Киров: Изд. ГБОУ ВПО «ВятГУ», 2013. – 214 с.
10. Юхнева, Е.А. Взаимосвязь и взаимовлияние бренда и организационной культуры [Текст]: Е.А. Юхнева, Н.А. Юхнева // Экономика. Инновации. Управление качеством: Научно-теоретический журнал. Воронеж: ФГБОУ ВПО «Воронежский ГУ», 2013. – 74 –76 С.
11. Юхнева, Е.А. Характерные особенности «сильной» и «слабой» организационной культуры [Текст]: Е.А. Юхнева / Инновационная наука и современное общество: сборник статей Международной научно-практической конференции. Часть 2 – Уфа: РИЦ БашГУ, 2013. – 160-162 С.
12. Юхнева, Е.А. Экспресс метод оценки эффективности организационной культуры [Текст]: Е.А. Юхнева, Н.А. Юхнева / Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. Сборник научных трудов. 3-ей Международной научно-практической конференции. 5-6 сентября 2013 г. Липецк. ISSN 2307-8782 69-78 с.
13. Юхнева, Е.А. Проектирование эффективной организационной культуры как механизм повышения эффективности на предприятиях сферы услуг [Текст]: Е.А. Юхнева / Интернет-журнал «Наукоедение», 2014. №5 (24) [Электронный ресурс]-М.: Наукоедение, 2011. - Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/52EVN514.pdf>, свободный. – Загл. С экрана. – Яз. Рус., англ. ISSN 2223-5167.

14. Оценка организационной культуры и моделей коллективного поведения в системе стратегического планирования [Текст]: Е.А. Юхнева / Российское предпринимательство. — 2014. — №19 (265). — 62-73 С.
15. Характерные особенности эффективной организационной культуры в контексте ее влияния на повышение конкурентоспособности предприятий сферы услуг [Текст]: Е.А. Юхнева / Экономика и предпринимательство. — 2014. — № (11) ч.2. — 770-773 с.
16. Алгоритм мониторинга и проектирования эффективной организационной культуры, обеспечивающей конкурентоспособность организациям [Текст]: Е.А. Юхнева / Всероссийская ежегодная научно-практическая конференция «Общество, наука, Инновации» (НПК – 2015). Сб. материалов, 13–24 апреля 2015 г. / Вят. гос. ун-т. – Киров, 2015. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – (Факультет экономики и менеджмента).

Рецензент: Мокерова Ольга Павловна, доцент, зам. декана по учебно-воспитательной работе факультета ФЭМ, к.э.н, ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет».

Yukhneva Evgenya Anatolyevna
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
«Vyatka State University» (FSBEI HE «VyatSU»)
Russia, Kirov
E-mail: genia-kirov@mail.ru

Justification of the choice of elements of organizational culture to assess its efficiency and competitiveness of the socio-economic systems

Abstract. Contemporary problem in the field of research potential organizations is the choice of the optimal number of constituent elements for the assessment of their strategic status of both the material and immaterial parts of the organization – organizational culture.

In assessing the organizational culture you can use the combination of all the elements, but it becomes time-consuming, and it is possible to use only part of them that does not reduce the reliability of evaluation results.

The author's model for assessing organizational culture aims to study not only the intangible (spiritual) component organizations, but also material that in most of the existing methods of assessing organizational culture is missing. Also, when determining the factors involved in the assessment of organizational culture has been defined large enough number of them, so the task was their ranking, and selection of the most significant. When ranking the elements of organizational culture expert method was used.

All, in the study, the ranking was based on 13 elements or organizational culture, which were allocated three main elements that characterize the organizational culture: "quality", "brand" and "image", which have the highest value.

Keywords: design; effective culture; organizational culture assessment; ranking; quality; brand image.

REFERENCES

1. Dessler, G. «Upravlenie personalom» [Tekst]: G.D. Dessler / Per. s angl. — M.: BINOM, 2007 – 528 s.
2. Ryuttinger, R. «Kul'tura predprinimatel'stva» [Tekst]: R. Ryuttinger / Per. s nemetskogo – M.: EKONOM, 2002 – 240 s.
3. Fomichev A.N. Strategicheskiy menedzhment [Tekst]: Uchebnik. – M.: ITK Dashkov i K, 2010. – 468 s.
4. Khazhinski, A. Guru menedzhmenta [Tekst]: A. Khazhinski / Per. s angl. pod red. Yu.N. Kapturevskogo. – SPb.: Piter, 2002. – 480 s.: il. – (Seriya «Teoriya i praktika Menedzhmenta»).
5. Chkalova, O.V. Razvitie liderov rossiyskogo rynka na osnove strategiy rosta. // Menedzhment i biznes-administrirovaniye. 2013. №3. 30 – 38 S.
6. Yukhneva, E.A. Formirovaniye effektivnoy organizatsionnoy kul'tury [Tekst]: E.A. Yukhneva, N.A. Yukhneva / Uchebnoye posobie – Kirov: Izd-vo VyatGU, 2011. – 122 s.
7. Yukhneva, E.A. Organizatsionnaya kul'tura kak faktor konkurentosposobnosti [Tekst]: N.A. Yukhneva, E.A. Yukhneva / VyatGU, FEM, kaf. STD // Ezhegodnaya otkrytaya Vserossiyskaya nauchno-tekhnicheskaya konferentsiya «Obshchestvo, nauka, innovatsii» (NTK-2011): sb. materialov / VyatGU. - Kirov, 2011.
8. Yukhneva, E.A. Formirovaniye effektivnoy organizatsionnoy kul'tury [Tekst]: E.A. Yukhneva, N.A. Yukhneva / Uchebnoye posobie – Kirov: Izd-vo VyatGU, 2011. – 122 s.
9. Yukhneva, E.A. Organizatsionnaya kul'tura v sisteme strategicheskogo upravleniya [Tekst]: E.A. Yukhneva, N.A. Yukhneva / Monografiya. – Kirov: Izd. GBOU VPO «VyatGU», 2013. – 214 s.
10. Yukhneva, E.A. Vzaimosvyaz' i vzaimovliyaniye brenda i organizatsionnoy kul'tury [Tekst]: E.A. Yukhneva, N.A. Yukhneva // Ekonomika. Innovatsii. Upravleniye kachestvom: Nauchno-teoreticheskiy zhurnal. Voronezh: FGBOU VPO «Voronezhskiy GU», 2013. – 74 –76 S.
11. Yukhneva, E.A. Kharakternye osobennosti «sil'noy» i «slaboy» organizatsionnoy kul'tury [Tekst]: E.A. Yukhneva / Innovatsionnaya nauka i sovremennoye obshchestvo: sbornik statey Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Chast' 2 – Ufa: RITs BashGU, 2013. – 160-162 S.
12. Yukhneva, E.A. Ekspress metod otsenki effektivnosti organizatsionnoy kul'tury [Tekst]: E.A. Yukhneva, N.A. Yukhneva / Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy i puti ikh resheniya. Sbornik nauchnykh trudov. 3-ey Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. 5-6 sentyabrya 2013 g. Lipetsk. ISSN 2307-8782 69-78 s.
13. Yukhneva, E.A. Proektirovaniye effektivnoy organizatsionnoy kul'tury kak mekhanizm povysheniya effektivnosti na predpriyatiyakh sfery uslug [Tekst]: E.A. Yukhneva / Internet-zhurnal «Naukovedeniye», 2014. №5 (24) [Elektronnyy resurs]-M.: Naukovedeniye, 2011. - Rezhim dostupa: <http://naukovedenie.ru/PDF/52EVN514.pdf>. svobodnyy. – Zagl. S ekrana. – Yaz. Rus., angl. ISSN 2223-5167.

14. Otsenka organizatsionnoy kul'tury i modeley kollektivnogo povedeniya v sisteme strategicheskogo planirovaniya [Tekst]: E.A. Yukhneva / Rossiyskoe predprinimatel'stvo. — 2014. — №19 (265). — 62-73 S.
15. Kharakternye osobennosti effektivnoy organizatsionnoy kul'tury v kontekste ee vliyaniya na povyshenie konkurentosposobnosti predpriyatiy sfery uslug [Tekst]: E.A. Yukhneva / Ekonomika i predprinimatel'stvo. — 2014. — № (11) ch.2. — 770-773 s.
16. Algoritm monitoringa i proektirovaniya effektivnoy organizatsionnoy kul'tury, obespechivayushchey konkurentosposobnost' organizatsiyam [Tekst]: E.A. Yukhneva / Vserossiyskaya ezhegodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya «Obshchestvo, nauka, Innovatsii» (NPK – 2015). Sb. materialov, 13–24 aprelya 2015 g. / Vyat. gos. un-t. – Kirov, 2015. – 1 elektron. opt. disk (CD-ROM). – (Fakul'tet ekonomiki i menedzhmenta).