

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

Том 9, №1 (2017) <http://naukovedenie.ru/vol9-1.php>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/86EVN117.pdf>

Статья опубликована 19.03.2017

Ссылка для цитирования этой статьи:

То Т.Ч., Арутюнов Ю.А. Анализ организационной культуры компании с учетом факторов её формирования // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 9, №1 (2017) <http://naukovedenie.ru/PDF/86EVN117.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 65.01

То Тху Чанг

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Россия, Москва
Соискатель ученой степени кандидата экономических наук
E-mail: trangmesi@gmail.com

Арутюнов Юрий Аванесович

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Россия, Москва¹
Профессор кафедры «Организационно-управленческих инноваций»
Доктор экономических наук
Почетный работник высшего профессионального образования России
E-mail: yuriaru@gmail.com
РИНЦ: http://elibrary.ru/author_items.asp?id=229696

Анализ организационной культуры компании с учетом факторов её формирования

Аннотация. Эффективность международных компаний, в значительной степени, зависит от учёта ими не только особенностей национальной культуры своей страны, но и других стран, и от их способности адаптироваться к культурным различиям, поскольку национальная организационная культура оказывает существенное влияние на поведение людей и процесс принятия решений в компании. Данная статья посвящена исследованию организационной культуры компаний с учетом национальных особенностей сотрудников. В статье представлен порядок формирования понятия «национальная организационная культура» и предложена авторская трактовка понятия «национальная организационная культура». С помощью методики системного анализа рассмотрены особенности российской организационной культуры и вьетнамской организационной культуры. В результате исследования были выявлены основные черты российской организационной культуры и вьетнамской организационной культуры. В статье изложен результат изучения влияния организационной культуры и национальной культуры на стратегии развития компании на примере вьетнамской корпорации «ФРТ». Авторами выделены факторы формирования современной российской организационной культуры и вьетнамской организационной культуры. Данная статья является продолжением авторских работ, в которых были проведены исследования в области организационной культуры, национальной культуры Вьетнама и методики исследования организационной культуры.

Ключевые слова: организационная культура; стратегическое развитие; стратегическое управление; национальная организационная культура; информационная компания; факторы

¹ 115093, г. Москва, Стремянный пер., 36

формирования организационной культуры; организационная культура России; организационная культура Вьетнама

Введение

Культура, как живой организм, находится под воздействием различных факторов и изменяется с течением времени. Исходя из этого она является одновременно результатом, основой и инструментом развития творческой деятельности человечества. В процессе эволюции человечества система ценностей культуры постоянно находилась под испытанием и вызовом. В результате происходит сохранение и совершенствование одних систем ценностей и изменение, и исчезновение других. Изменение системы ценностей культуры является одновременно причиной и результатом изменений в культурном поведении человека, его образе жизнедеятельности.

Данная статья посвящена исследованию организационной культуры компаний с учетом национальных особенностей сотрудников. С помощью методики системного анализа рассмотрены особенности российской организационной культуры и вьетнамской организационной культуры, а также изучено влияние организационной культуры и национальной культуры в стратегии развития компании на примере вьетнамской компании «FPT». В работе выделены факторы, которые оказывают существенное влияние на формирование современной организационной культуры России и Вьетнама.

Национальная организационная культура

Культура (от латинского слова «cultura», что означает воспитание, образование, почитание) - это комплекс ценностей, идей, отношений и других значимых символов, созданных человеком для описания человеческого поведения [9].

Понятие «национальная культура» сформировалось из сочетания двух слов: нация и культура. Нация (лат. *patio* - народ, племя) - исторически возникший тип этноса, общность людей, характеризуемая такими признаками, как язык, территория, культура и быт, обычаи, религия, экономически связанная жизнь, психологический склад и этническое самосознание, историческая память и разделяемый опыт других [8]. Ценности, присущие национальной культуре, в первую очередь приобретены из народной культуры посредством интеграции человека с окружающей средой обитания, только потом некоторые из них отсеиваются в процессе жизнедеятельности. Культура нации определяется характером ее граждан, который меняется под воздействием среды обитания. По нашему мнению, национальная культура - совокупность ценностей, верований и убеждений, сформированных группой людей и уникальных для данной группы.

Культура постоянно развивается, преобразуется под воздействием изменения взаимоотношений сотрудников, функций, проблем и целей компании. Термин «организационная культура» выявляется вследствие появления целого ряда закономерностей и коммуникативных действий сотрудников организации. В ряде работ автора было подробно исследовано понятие «организационная культура» [12, 13, 14]. Автор придерживается предложенной Д. Денисоном понятие организационной культуры, под которой понимается, как система ценностей, верований и принципов, которые служат фундаментом системы управления организацией [11].

В экономическом словаре дано следующее определение организации: организация - это пространственно-временная структура производственных факторов (рабочей силы, средств производства, материалов) и их взаимодействие с целью получения максимальных

качественных и количественных результатов в самое короткое время и при минимальных затратах факторов производства [9].

Анализ научной литературы, посвященной организационной культуре российских и вьетнамских компаний, выявил, что проблема влияния национальных особенностей в формировании организационной культуры компаний данной страны была изучена исследователями преимущественно с позиции социокультурного подхода [16].

Социокультурный подход в исследовании организационной культуры предполагает, что ценности, присущие в системе элементов организационной культуры, формируются под воздействием национальных традиций, ритуалов, норм поведения, символов. Сторонниками данного подхода являются И.Ю. Абалов, Н.Н. Зарубина, О.А. Платонов, О.А. Сергеева и другие. Опираясь на социокультурный подход в исследовании организационной культуры, можно утверждать, что в России и во Вьетнаме сложились свои культурно-цивилизационные модели организационной культуры.

Современная российская организационная культура сформировалась под воздействием социальных трансформаций в обществе и глобальных мировых изменений. Результаты исследований российских ученых позволяют утверждать, что современная российская организационная культура имеет следующие основные черты [5, 16]:

1. Отсутствие четкой связи индивидуальных достижений работника.
2. Ориентация на коллективизм.
3. Слабовыраженная личная ответственность.
4. Низкая исполнительная культура.
5. Слабая материальная мотивация.
6. Централизация и авторитаризм в управлении.
7. Преобладание мобилизационного характера организации деятельности.
8. Патернализм (этатистский принцип управления обществом).
9. Альтруизм (бескорыстный принцип поведения).
10. Жесткость иерархия управленческих структур.
11. Государственное регулирование экономических организаций.
12. Избегание конкуренции (стремление не выделяться, но и не отставать).
13. Экстенсивный характер труда.
14. Авторитет старших.
15. Товарищеская поддержка.

Применение теории социальных трансформации [6] и социокультурного подхода в исследовании организационной культуры вьетнамских компаний выявило, что на формирование современной вьетнамской организационной культуры повлияли социально-экономические преобразования в стране и глобальные трансформации в мировом сообществе.

Анализ материалов научного исследования организационной культуры вьетнамских компаний свидетельствует о том, что современная вьетнамская организационная культура обладает следующие черты:

1. Отсутствие четкой связи индивидуальных достижений работника.
2. Слабовыраженная личная ответственность.
3. Низкая исполнительная культура.

4. Готовность и восприимчивость к изменениям.
5. Государственное регулирование экономических организаций.
6. Централизация в управлении.
7. Ориентация на коллективизм.
8. Способность к обучению.
9. Патриотизм.
10. Общительность.
11. Толерантность.
12. Энергичность.
13. Целеустремленность.
14. Стрессоустойчивость.
15. Открытость.

Российская организационная культура и вьетнамская организационная культура имеют «как свою национальную специфику, обусловленную особенностями культурно-цивилизационного развития страны [16]», но вместе с тем, они подвергаются «трансформации в силу глобальных мировых процессов [16]». Именно национальная организационная культура определяет стиль управления в обществе.

Анализ российских и отечественных научных литератур показал, что в изученных автором источников отсутствует определение данного термина. Автор предлагает следующую трактовку понятия «национальная организационная культура», под которым подразумевается совокупность принципов и системы ценностей, традиций и убеждений, способов поведения и взаимодействия сотрудников организации, сформированных обществом и уникальных для соответствующей этнической группы.

Внедрение данной трактовки понятия «национальная организационная культура» объясняется неоспоримым влиянием национальной культуры на процесс становления культуры и среды взаимодействия между сотрудниками в организации. Порядок формирования понятия «национальная организационная культура» изображен на рисунке 1. Здесь также можно увидеть взаимосвязь терминов «организация», «культура», «нация», «организационная культура» и «национальная культура».

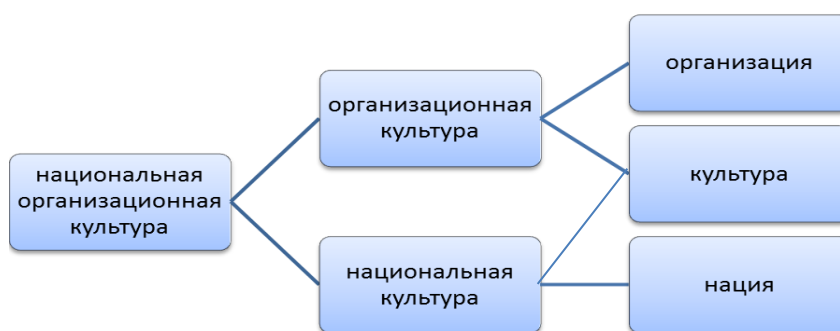


Рисунок 1. Порядок формирования понятия «национальная организационная культура»
(составлено автором)

Влияние национальной культуры на формирование культуры индивида (культуры поведения человеческого потенциала) и организационной культуры наглядно изображено в схеме их взаимодействия (рисунок 2). Данная схема показывает содержание каждого фактора и их влияние на формирование культуры работника организации.

По нашему мнению, предложенная Тихомировой О.Г. схема взаимодействия культур позволяет сделать следующие выводы:

- национальная культура напрямую оказывает влияние на формирование культуры индивида (мировоззрение, миропонимание, миромоделирование, способ общения, набор специфических игр, творческие способности, способность к восприятию произведений искусства);
- национальная культура напрямую оказывает влияние на формирование организационной культуры (ценности, знания, система внутренних и внешних коммуникаций, дерево целей, культура трудового и производственного процессов);

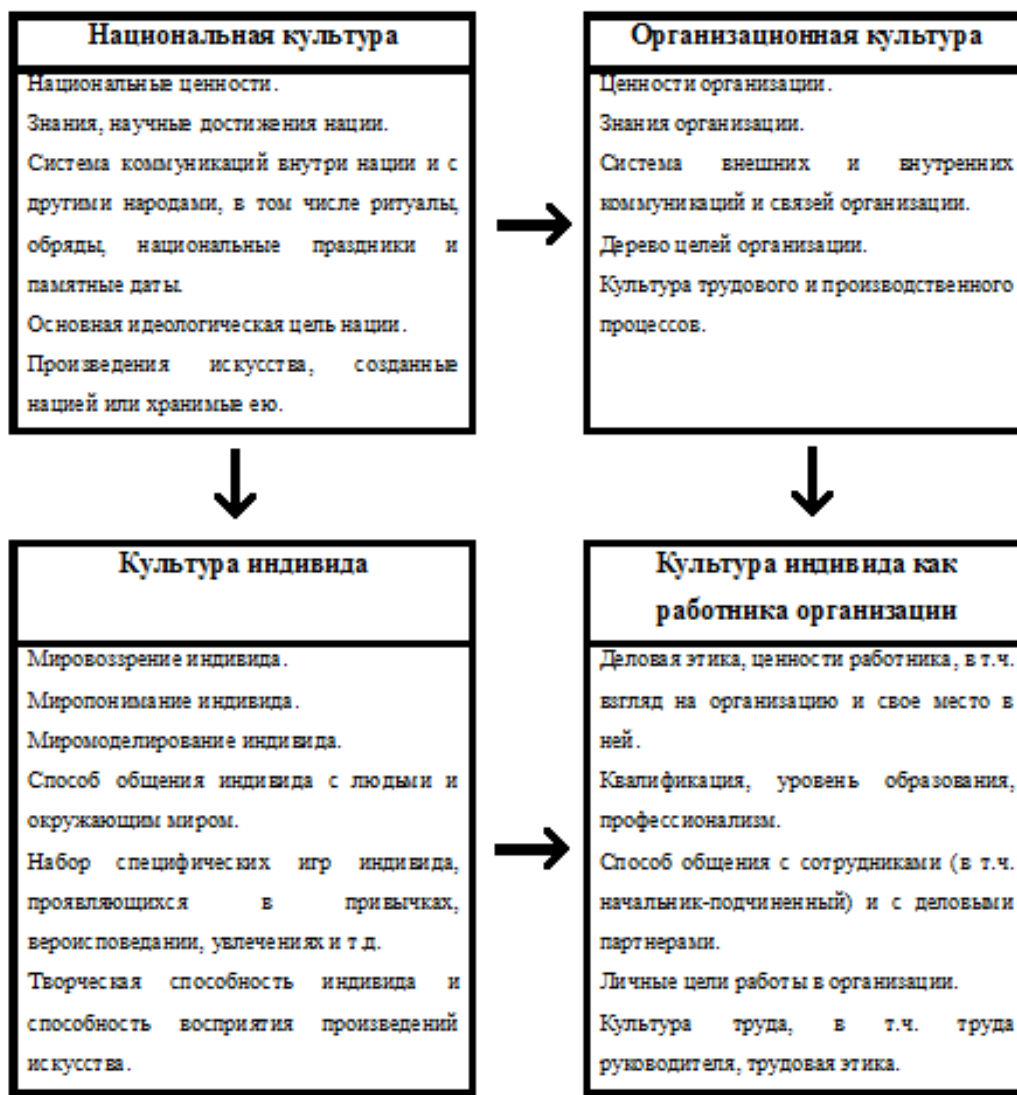


Рисунок 2. Схема взаимодействия национальной культуры, организационной культуры и культуры индивида [10]

- принятие индивида на работу в организации приводит к формированию нового набора качеств индивида, который является результатом синтеза культур индивида и организационной культуры.

Таким образом, данная схема взаимодействия показывает процесс формирования и составляющие элементы культуры индивида как работника организации с учетом специфики национальной культуры и организационной культуры компании внутри одной страны.

Для понимания влияния национальной организационной культуры на систему управления компанией, в качестве примера, проведено исследование стратегии деятельности компании «FPT».

«FPT»

«FPT» является первой и самой крупной вьетнамской компанией, специализированной в сфере информационных технологий и телекоммуникаций. В настоящее время компания «FPT» является:

1. Первой вьетнамской компанией, специализированной на разработке программного обеспечения, систем интеграции, ИТ-услуг, распределении и производстве ИТ-продуктов и розничной торговле.
2. Одним из трёх крупнейших поставщиков интернет услуг во Вьетнаме.
3. Первой интернет-рекламной компанией во Вьетнаме и создателем электронной газеты (более 42 миллионов просмотров в день).
4. Одним из лучших поставщиков образовательных ИТ-услуг Вьетнама (основателем «FPT» колледжа и системы профессионального образования с более 16 000 студентов).

Руководители компании «FPT» понимают важность культуры в развитии компании и считают её своей главной силой, объединяющей сотрудников для достижения поставленной цели компании (рисунок 3).

«FPT» определяет следующие главные ценности, которых должны придерживаться сотрудники компании: всеобщее уважение, инновационная деятельность, командный дух, а для руководителей необходимы объективность принятых решений, умение быть примером для подражания и мудрость.

Система управления персоналом компании «FPT» отличается от других вьетнамских компаний, объединяя черты вьетнамской культуры и современные западные способы управления. В результате синтеза двух различных способов управления в компании «FPT» сформирован свой собственный способ управления персоналом, основанный на трёх ключевых ценностях, таких, как индивидуальность (характерна для западной культуры), инновация (необходимое качество современного сотрудника в условиях перехода к экономике знания) и корпоративный дух (характерна для восточной и вьетнамской культуры).



Рисунок 3. Ценности культуры компании «FPT» (составлено автором)

В настоящее время в «FPT» проводятся следующие традиционные праздники культуры:

1. День сообщества (13 марта) - празднование коллективных программ для повышения понимания и отзывчивости сотрудников компании.
2. День возвращения к истоку (10 марта по лунному календарю) - проведение поездок по историческим местам для повышения патриотизма сотрудников, чувства собственного достоинства и национальной гордости.
3. День творчества в «FPT» (19 мая) - организация творческих мероприятий в целях обогащения духовной жизни сотрудников.
4. Юбилей «FPT» (19 сентября) - проведение творческих мероприятий и спортивных фестивалей для сохранения традиционных ценностей «FPT».
5. Праздник деревни «FPT» (22 декабря по лунному календарю) - проводится до новогодних «Тет» каникул для создания атмосферы нового года, и чтобы дать возможность сотрудникам праздновать окончание трудового года. В этот день чествуют самых эффективных сотрудников года и награждают их званиями (по убыванию - Чанг Нгуен, Банг Ньан, Тхам Хоа).

По нашему мнению, компания «FPT» заботится не только о духовной жизни своих сотрудников, проводя традиционные праздники культуры, она также заинтересована в создании благоприятной рабочей среды и развитии рабочей инфраструктуры. Компания построила экологически чистые кампусы по международным стандартам качества для создания творческой рабочей атмосферы, такие, как: кампусы «F-Ville», «F-Town», «FPT Da Nang».

Таким образом, обоснована важность учёта организационной культуры и национальной культуры в стратегии развития компании «FPT», способствующей её устойчивому росту [15].

Элементы организационной культуры

Автор считает, что организационная культура имеет следующие основные особенности:

- интегрирующий характер;
- целенаправленность;
- историческая определенность;
- стимулирующий характер;
- регулирующий характер.

Интегрирующий характер организационной культуры подразумевает, что сотрудники объединены и в организации складывается состояние внутренней целостности культуры. У сотрудников формируется чувство принадлежности к данной организации и происходит повышение производительности их труда.

Организационная культура, как инструмент управления, направляет действия людей к достижению общей цели организации и способствует улучшению взаимоотношений между сотрудниками.

Процесс формирования организационной культуры складывается годами стихийно, в процессе приспособления к изменениям внешней среды или в результате действий лидера.

С помощью элементов организационной культуры осуществляется стимулирование сотрудников к работе и регулирование их взаимоотношений.

Исследование элементов организационной культуры проводится в целях лучшего понимания организации и выявления факторов, оказывающих влияние на эффективность её деятельности. Классификация элементов организационной культуры осуществляется в

зависимости от цели исследования и используемого подхода. Е.Г. Молл выделяет следующие подходы к формированию организационной культуры: внутренний подход, когнитивный подход, символический подход и стимулирующий подход.

Внутренний подход ориентирует на выбор цели и миссии организации, направленные на удовлетворение потребностей её сотрудников. Когнитивный подход предполагает наличие в данной организации системы программ по обучению и развитию сотрудников организации, а также предложений по повышению производительности организации. Символический подход рассчитывает на такие внешние проявления организационной культуры, как: церемония, история организации, язык и т.п. Стимулирующий подход предполагает наличие в организации особой системы мотивирования сотрудников, отличающейся от материальных и нематериальных систем стимулирования сотрудников в других организациях.

В качестве примера структурированного подхода к описанию элементов организационной культуры следует назвать следующие исследования:

- Г. Хофстеде - «луковичная» диаграмма культуры;
- Ю.Г. Одегов и Г.Г. Руденко - три уровня корпоративной культуры;
- Э. Шейн - три уровня организационной культуры.

В «луковичной» диаграмме культуры отражены такие основные элементы культуры [18], как: ценности, ритуалы (религиозные церемонии, ритуалы приветствия и прощания и т.п.), герои (примеры и образцы для подражания), символы (слова, жесты и т.п.).

По Ю.Г. Одегову и Г.Г. Руденко элементы корпоративной культуры [7] объединены в следующие группы уровней: мировоззренческий уровень, символический уровень и визуальный уровень. К мировоззренческому уровню организационной культуры относятся элементы, связанные с культурой поведения и культурой управления в организации, такие, как: нормы, осознание себя и своего места в организации, ценности сотрудников, социально-коммуникативный потенциал сотрудников, социально-психологический климат, адаптация персонала и т.п. К символическому уровню организационной культуры относятся язык, ритуалы, обряды, внешний вид на работе, символы компании, рекламные атрибуты и структуры внешней идентификации компании. К визуальному уровню организационной культуры авторы относят технологии, архитектура и дизайн, здание, место расположения организации, оборудование и мебель, а также объем пространства и цвета. Данная система классификации элементов организационной культуры допускает возможное присутствие одного и того же элемента на разных уровнях организационной культуры.

В свою очередь, Э. Шейн выделяет следующие уровни организационной культуры [17]: поверхностный (артефакты), средний (ценности и нормы) и глубинный (стратегии поведения и архетипы). К поверхностному уровню организационной культуры относятся видимые элементы, такие, как: стиль одежды сотрудников и руководителей организации, рабочее место персонала, интерьер офисов и т.п. К среднему уровню организационной культуры относятся признанные в организации следующие элементы: ценности организации, кодексы поведения, традиции, язык, манера общения, миссия, философия и цели, атмосфера в организации, ритуалы и символы. К глубинному уровню организационной культуры относятся следующие врожденные и усвоенные сотрудниками элементы: верования, убеждения, принципы и нормы поведения, отношение к человеку и общечеловеческим ценностям, отношение к саморазвитию и работе, национальный менталитет, ценностные ориентации, взаимоотношения индивида и группы.

По нашему мнению, к ключевым элементам организационной культуры относятся:

1. Философия организации.

2. Миссия организации.
3. Разделяемые ценности (система верований, убеждений).
4. Нормы и правила поведения сотрудников и руководителей организации.
5. Обряды и ритуалы, обычаи.
6. Организационный климат (атмосфера в компании, деловая среда).

Факторы формирования организационной культуры России и Вьетнама

Выделение основных характеристик российской организационной культуры и вьетнамской организационной культуры показывает наличие некоторых различий в способе поведения и характере сотрудников организаций двух стран. В целях выявления причин их различия, авторами был проведен сравнительный анализ факторов формирования современной организационной культуры, результат которого представлен в таблице.

Таблица

Факторы формирования современной организационной культуры компаний

Россия	Вьетнам
Национальная культура России	Национальная культура Вьетнама
Организационная культура, сформировавшаяся в период культурной революции в России	Организационная культура, сформировавшаяся в период революционных действий во Вьетнаме
Организационная культура, сформировавшаяся по западным образцам	Организационная культура, сформировавшаяся по западным образцам
Организационная культура, созданная под влиянием государственной стратегией развития России	Организационная культура, созданная под влиянием позиции Коммунистической партии Вьетнама

Составлено автором

Таким образом, наличие различных факторов формирования организационной культуры предопределяет уникальность способов взаимоотношения и взаимодействия в компаниях России и Вьетнама.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнов Ю.А. Анализ кризисных явлений в развитии общества на основе цивилизационного подхода // Вестник Российского экономического университете им. Г.В. Плеханова. - 2012. - №4 (46). - С. 28-33.
2. Арутюнов Ю.А. Повышение роли интеграции в развитии корпоративных структур // Вопросы экономики и права. - 2012. - №9. - С. 76-80.
3. Козлов В.В. Формирование и изменение корпоративной культуры в процессе управления компанией в период кризиса // Управление корпоративной культурой, 2011. - №4 (12). - С. 260-276.
4. Кулапов М.Н., Одегов Ю.Г., Никулин Л.Ф. Менеджмент XXI века. Роль и место HR-менеджера в нем // Кадровый менеджмент. - 2010. - №8. - С. 6-15.
5. Ладыгин О.О. Корпоративная культура организаций в системе ценностей современной России: дис. ... кандидата философских наук: 09.00.11 / Ладыгин Олег Олегович. - Москва, 2014. - 202 с.
6. Ламажаа Чимиза Кудер-ооловна. Социальная трансформация // ЗПУ. 2011. №1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-transformatsiya> (дата обращения: 30.04.2016).

7. Одегов Ю.Г., Руденко Г.Г. Организационная культура: основные аспекты и структура // Управление корпоративной культурой. - 2009. - №4. - С. 246-257.
8. Райзберг, Б.А. Современный социоэкономический словарь / Б.А. Райзберг. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 629 с. - (Библиотека словарей "ИНФРА-М").
9. Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова. Экономический словарь для специалистов по рыночной экономике / Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова. - М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2006. - 664 с.
10. Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка. - М.: Санкт-Петербург, 2008. - 154 с.
11. То Т.Ч. Анализ организационной культуры: сущность и эволюция развития [Текст] / Т.Ч. То // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. - 2014. - №3. - С. 94-97.
12. То Т.Ч. Исследование организационной культуры: методология количественной оценки и анализа [Текст] / Т.Ч. То // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. - 2014. - №2. - С. 130-134.
13. То Т.Ч. Организационная культура как объект исследования [Текст] / Т.Ч. То // Управление экономикой: методы, модели, технологии: сборник научных трудов XIV Международной научной конференции. Том 1. - Уфа: УГАТУ, 2014. - С. 236-240.
14. То Т.Ч. Сравнительный анализ методик исследования организационной культуры [Текст] / Т.Ч. То // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. Серия вопросы управления. - 2014. - №4. - С. 27-35.
15. То Т.Ч. Стратегические изменения в компании и место организационной культуры как объекта их проведения [Текст] / Т.Ч. То // №3-2014 г. Менеджмент в России и за рубежом. - 2014. - №3. - С. 31-37.
16. Унылова А.В. Специфика российской корпоративной культуры и ее влияние на деятельность и эффективность банковских организаций в современной России: дис. ... кандидата социологических наук: 22.00.08 / Унылова Анастасия Владимировна. - Ростов-на-Дону, 2015. - 186 с.
17. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. 3-е изд. / Пер. с англ. под ред. Т.Ю. Ковалевой. - СПб.: Питер, 2007. - 336 с.: ил. - (Серия «Классика МВА»).
18. Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. Online Readings in Psychology and Culture, 2(1). То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1014> (дата обращения 17.09.2013).

To Thu Trang

Plekhanov Russian university of economics, Russia, Moscow
E-mail: trangmesi@gmail.com

Arutyunov Yury Avanesovich

Plekhanov Russian university of economics, Russia, Moscow
E-mail: yuriaru@gmail.com

Analysis of the company's organizational culture formation factors

Abstract. The effectiveness of international companies mainly depends on considering characteristics of different national cultures and their abilities to adapt to cultural differences. The paper offers concept and formation procedure of “national organizational culture”. Main features of Russian and Vietnamese organizational cultures were studied and identified. The article presents the results of studying the influence of organizational culture in the company's development strategy on the example of the Vietnamese corporation “FPT”. Formation factors of modern Russian and Vietnamese organizational cultures were discovered.

Keywords: organizational culture; strategic development; strategic management; national organizational culture; IT company; organizational culture's formation factors; Vietnamese organizational culture; Russian organizational culture