

Трансформация корпоративной культуры промышленного предприятия в контексте изменения организационных форм

Научный руководитель – Маркеева Анна Валерьевна

Чугунова Мария Анатольевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии организаций и менеджмента, Москва, Россия

E-mail: chugunova97@inbox.ru

В начале 20 века произошел ряд изменений в системе производства. Вследствие научно-технического прогресса и роста числа технических изобретений наукоемкие источники энергии заменили немускульные капиталоемкие технологии. Информационный ресурс стал рассматриваться в качестве основного производственного ресурса [1]. Это привело к трансформации взглядов на капитал корпорации, работников, реформирование ценностных ориентаций, что нашло естественное отражение в научных теориях. Появились теории постиндустриального общества и смежные с ним концепции: информационного общества, «общества четвертой формации», постэкономического общества, постмодерна, «третьей волны», «научно-информационного этапа принципа производства» и другие [2].

В индустриальную эпоху конец 19 - начало 20 века производство характеризовалось высокой степенью разделения труда, определенными формальными отношениями и большим числом работников. Данный тип организационного устройства отвечал основным общественным запросам того времени [3]. Крупные организации снижали цену товара с помощью использования таких механизмов как: оптовая закупка, использование современной техники [4].

С переход в постиндустриальную стадию организации становятся меньше и приобретают признаки естественной общины. Изменение размера организации было сопряжено и с изменением источника ее прибыли. Если в индустриальную эпоху основным источником прибыли была экономия, то в постиндустриальную ей на смену приходит инициатива людей [5]. В целом в постиндустриальном обществе формируются мало-уровневые и проектные структуры, положительными сторонами которых стали решение коммуникативных проблем; повышение мотивации работников: появилась возможность смены места работы, рода деятельности в зависимости от личных интересов; сокращение количества бюрократического аппарата организации.

К отрицательным сторонам мало-уровневых структур относят усложнения карьерного роста и сложность распределения дополнительных выплат. Сегодня можно встретить все три типа хозяйствования. Сохраняются и крупные организации со сложной многоуровневой структурой (например, такие как Газпром), организации с естественным типом хозяйствования и холмообразные структуры (например, BMW, проектные фирмы). Важнейшим структурообразующим фактором новых организационных форм становится корпоративная культура. Новая форма культуры призвана выполнять ряд функций в современном обществе: формирование организации как постэкономической корпорации, формирование «человеческого капитала», повышение творческого потенциала и культуры качества у работников, повышение экономической активности и образования сотрудников, повышение общего уровня жизни людей, формирование фирменного стиля [6].

В современном обществе главную роль в конкурентноспособности организации на рынке играют человеческие ресурсы, которые, по данным Всемирного банка, составляют 65%

от общего капитала, обуславливающего экономический рост организации, при том, что физический капитал составляет 15-16%, природный - 20% [7]. Приходя на работу, индивид погружается в корпоративную культуру и, посредством различных видов командообразования, приобретает качества, необходимые для данной организации [8]. В настоящий момент, промышленные предприятия стараются удержать своего работника на продолжительный срок, постоянно повышая эффективность его деятельности [9]. Для решения этой задачи основными элементами корпоративной культуры промышленного предприятия становятся не только ценности и нормы, но формирование мифов и символов организации. Кроме того, особое внимание уделяется и классическим элементам корпоративной культуры: дресс-кодам и представлению работника на работе, осознанию времени, отношению к нему и его использованию, организации питания работника, взаимоотношениям между людьми, процессу развития работника и научения [10].

Источники и литература

- 1) Барков С. А., Зубков В. И. Социология организаций // М.: 2013 – С. 126-196
- 2) Капитонов Э.А., Зинченко Г. П. Корпоративная культура: теория и практика // М.: Альфа-Пресс, 2005.
- 3) Кравченко А.И., Тюрина И.О. Социология управления: фундаментальный курс // М.: Академический проект. 2004.
- 4) Мильнер, Б. З. Теория организации: учебник // Б.З. Мильнер. – М.: ИНФРА-М, 2010.
- 5) Щербина В.В. Организационная культура в западной традиции: природа, логика формирования и функции // Социологические исследования. 1996, №7
- 6) Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство // Пер. с англ. под редакцией В.А. Спивака. - СПб: Питер, 2002.
- 7) Материалы 12 Петербургского международного экономического форума // URL: http://www.forumspb.com/for/total_forum/schrthand_appearance.html (1.02.2017)
- 8) Томпсон Л. Создание команды // Пер. с англ. - М.: Вершина, 2006.
- 9) Пригожин А.И. Цели организаций: стереотипы и проблемы // Общественные науки и современность. 2001. № 2.
- 10) Пригожин А. И. Методы развития организаций // М.: МЦФЭР, 2003.