

УДК 331.104.22: 338.45

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ

Малясова М.М.

ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва», Республика Мордовия (430005, г.Саранск, у. Полежаева,44). e-mail: masi15@yandex.ru

В статье обоснована роль организационных ценностей, которые выступают одним из атрибутов организационной культуры, имеющей важное значение для формирования конкурентных преимуществ и повышения влияния на эффективность деятельности предприятия. Представлены результаты анализа данных ценностей на промышленных предприятиях Республики Мордовия. На основе результатов анкетирования сотрудников разных уровней управления промышленных предприятий рассчитан удельный вес составляющих ценностей. Составлен рейтинг организационных ценностей и выявлены невидимые (философия управления) и материальные (символика) составляющие организационной культуры. Автором сделаны выводы о непротиворечивости организационных ценностей, трансформации ценностей предприятия в индивидуальные ценности сотрудников, а также степени их проявления во внешней среде.

Ключевые слова: организационные ценности, сотрудники, коммуникации, философия, символика, традиции, этика

ORGANIZATIONAL VALUES OF THE INDUSTRIAL COMPANIES IN THE REPUBLIC OF MORDOVIA

Malyasova M.M.

Mordovian state University. n.a .N.P. Ogarev, Saransk, Russia (430005, Saransk, street Polezhaeva, 44), e-mail: masi15@yandex.ru

In the article the role of organizational values are presented, which constitute one of the attributes of organizational culture that is essential for competitive advantages. The results of the analysis of data values at the industrial enterprises of the Republic of Mordovia. the article presents the results of the analysis of these values at the industrial companies in the Republic of Mordovia. The rating of the organizational values, reflecting the components of organizational culture, starting with the invisible (the philosophy and ideology of management) and finishing materials (symbolism and ethics). Author drew conclusions about the consistency of organizational values, transformation of industrial companies values to the individual values of employees and the degree of their manifestation in the external environment.

Keywords: organizational values, staff, communication, philosophy, symbology, customs, ethical

Введение

В условиях глобализации экономики и вступления России в ВТО для эффективной деятельности предприятий, повышения их конкурентных преимуществ большое значение приобретает развитие их организационной культуры. Ее важнейшим атрибутом являются организационные ценности.

Организационные ценности отражают не только эффективность процесса управления, но также проявляются в имидже и конкурентоспособности предприятия. Благодаря этому, неизменное влияние организационная культура оказывает на эффективность деятельности путем трансформации организационных целей в индивидуальные цели сотрудников через формирование единого культурного пространства коллектива.

Особенности организационных ценностей промышленных предприятий РМ

Выбор промышленных предприятий основан на том, что профессии рабочих специальностей, непосредственно являющихся производителями продукции, под воздействием ряда психологических факторов могут увеличивать или уменьшать объемы выпуска.

На основе проведения анкетирования 260 сотрудников разных уровней управления промышленных предприятий Республики Мордовия (РМ) (ОАО «Электровыпрямитель», ОАО «Завод «Сарансккабель», ГУП РМ «Лисма») выявлены организационные ценности, характеризующие организационную культуру: идеология управления, символика, коммуникации, традиции и этика. Составлен рейтинг ценностей, который позволяет судить о наличии у респондентов качеств корпоративной идентичности с ценностями предприятия. Это позволяет ассоциировать сотрудника с предприятием, на котором он работает.

Выявленные в результате исследования организационные ценности позволяют определить их среднее значение и составить рейтинг. Рейтинг организационных ценностей исследуемых предприятий представлен в таблице 1.

Рейтинг включает 4 основных блока. Первый блок, расположенный в левой части таблицы, отражает составляющие организационной культуры, начиная с «невидимых» (философия и идеология управления) и заканчивая материальными составляющими (символика и язык).

Второй блок рейтинга включает наименования ценностей, соответствующие определенному элементу организационной культуры.

Третий блок рейтинга составляют количественные данные анкетирования. Утверждения, получившие максимальное количество ответов, составляют оценку по каждому предприятию. Совокупность всех элементов организационной культуры составляет 100%.

В четвертом блоке рейтинга отражено среднее значение элемента организационной культуры.

Анализируя данные таблицы 1, можно сделать следующие выводы.

Наибольший удельный вес занимают такие элементы организационной культуры, как коммуникации. Их усредненная оценка составила 30%. На исследуемых предприятиях преобладают такие ценности, как общение (7,8% на ОАО «Завод «Сарансккабель» и ОАО «Электровыпрямитель»), оказание взаимопомощи и взаимовыручки (7,5% – ОАО «Завод «Сарансккабель» и 7,3% – ГУП РМ «Лисма»). В наименьшей степени выражены такие ценности, как способы передачи информации и солидарность с коллегами в проблемных ситуациях.

Таблица 1 – Рейтинг организационных ценностей на исследуемых промышленных предприятиях Республики Мордовия

Составляющие организационной культуры	Наименования организационных ценностей	Оценка по предприятиям						Общая усредненная оценка
		ОАО «Электровыпрямитель»		ОАО «Завод «Саранскабель»		ГУП РМ «Лисма»		
		Ответы респондентов	Уд.вес ответов	Ответы респондентов	Уд.вес ответов	Ответы респондентов	Уд.вес ответов	
Философия и идеология управления	удовлетворенность трудом	32	3,8	47	4,7	46	4,8	4,5
	удовлетворенность заработной платой	59	7,1	78	7,8	65	6,8	7,2
	соответствие жизненных ценностей сотрудников ценностям предприятия	53	6,4	47	4,7	59	6,2	5,7
	соответствие квалификации выполняемой работе	65	7,8	72	7,2	75	7,8	7,5
	ИТОГО	209	25,1	244	24,4	245	25,6	24,9
Ритуалы и традиции	частые корпоративные праздники	33	3,8	67	6,7	55	5,7	5,5
	праздники в кругу коллег	78	9,5	70	7,0	68	7,1	7,7
	смешанный характер проведения корпоративных мероприятий	55	6,6	50	5,0	25	2,7	4,7
	ИТОГО	166	19,9	187	18,7	148	15,5	17,9
Коммуникации	общение с коллегами	65	7,8	78	7,8	65	6,8	7,4
	взаимопомощь и взаимовыручка	59	7,1	75	7,5	70	7,3	7,3
	недопонимание – основа конфликтов	57	6,8	62	6,2	75	7,8	6,9
	солидарность с коллегами в конфликтах	43	5,2	50	5,0	25	2,7	4,2
	способы передачи информации	25	3,0	35	3,4	55	5,7	4,2
	ИТОГО	249	29,9	300	29,9	290	30,3	30,0
Символика	знание истории предприятия	48	5,8	41	4,1	63	6,6	5,4
	наличие дресс-кода	60	7,2	75	7,5	85	8,9	7,9
	ИТОГО	108	13,0	116	11,6	148	15,5	13,3
Язык и этика	культура работников	33	3,9	56	5,6	45	4,7	4,8
	знание документов об этических нормах	35	4,3	43	4,3	35	3,7	4,3
	исполнение правил трудового распорядка	33	3,9	56	5,5	45	4,7	4,8
	ИТОГО	101	12,1	155	15,4	125	13,1	13,9

В целом, оценивая уровень информированности сотрудников о состоянии дел в собственной организации, большинство респондентов обозначили его как средний.

Нормами, посредством которых регулируются коммуникации как элемент организационных ценностей, являются положения Кодекса корпоративного поведения, распоряжения руководства и правила внутреннего трудового распорядка. По мнению сотрудников исследуемых промышленных предприятий, Кодекс корпоративного поведения является значимым для 35% сотрудников ОАО «Электровыпрямитель» и для 43% сотрудников ОАО «Завод «Саранскабель». На ГУП РМ «Лисма» Кодекс корпоративного поведения отсутствует. Распоряжения руководства и правила внутреннего трудового распорядка являются важными для сотрудников ГУП РМ «Лисма» – 35% и 32% соответственно. Собственными представлениями об этике обладают 25% опрошенных, 8% респондентов придерживаются традиций предприятия.

Руководители структурных подразделений находятся в курсе событий, происходящих в коллективе, действуют на «одной волне» с подчиненными. Сами подчиненные доверяют руководителям. На исследуемых предприятиях проводятся совместные совещания, планерки, в ходе которых обсуждаются не только технические и производственные вопросы, но также вопросы социального характера (оказание материальной помощи), улучшения морального климата (проведение дней здоровья) и пр.

Коммуникационное взаимодействие сотрудников осуществляется в рамках одного структурного подразделения, а также между подразделениями по горизонтали и по вертикали управления. Степень формализации, определяемая наличием формализованных процедур, должностных инструкций работников и положений об организационной структуре и подразделениях, фактически является полной.

На исследуемых предприятиях на философию и идеологию управления как элемент организационной культуры в ее структуре приходится в среднем 24,9%. Доминирующими ценностями в этом элементе являются соответствие квалификации работников выполняемым обязанностям, удовлетворенность сотрудников заработной платой, соответствие их жизненных ценностей ценностям предприятия. Исследование степени соответствия личностных установок сотрудников организационным ценностям показало, что на промышленных предприятиях Мордовии отмечен достаточно высокий уровень их соответствия.

Респонденты ОАО «Завод «Саранскабель» отметили полное совпадение указанных ценностей 47%: 25% – большинство совпадают, 19% – отчасти совпадают и 9% не согласны с ценностями предприятия. Эти данные характеризуют высокий уровень лояльности персонала.

В ОАО «Электровыпрямитель» у 53% опрошенных сотрудников личностные ценно-

сти совпадают с ценностями предприятия, 27% опрошенных частично с ними согласны, 17% – проявляют согласие не по всем аспектам и 3% не разделяют ценностей предприятия.

Самый высокий показатель соответствия ценностей предприятия и жизненных ценностей отмечен у сотрудников ГУП РМ «Лисма» (59%). Сотрудники данного предприятия называют себя единой семьей – заводчанами, которые работают вместе более 20 лет. Большинство позиций разделяют 12% респондентов, 20% высказали мнение о частичном совпадении ценностей, и только 9% не согласились с предложенным утверждением.

Ритуалы и традиции – 17,9% – охватывают проведение корпоративных праздников. В ОАО «Электровыпрямитель» и ОАО «Завод «Саранскабель» данные организационные ценности выше – 19,9% и 18,7% соответственно, в ГУП РМ «Лисма» они составляют 15,5%. Сущностные характеристики традиций и обрядов, отражающие организационные ценности представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Характеристики традиций и обрядов на промышленных предприятиях РМ

Наименование традиций	Характеристики	Влияние на организационную культуру
Посвящение	Знакомство с коллективом, историей развития предприятия, ценностями	Формирование причастности к предприятию
Продвижение	Проведение собраний по итогам трудовых соперничеств и внутриводских конкурсов	Реализация ролевых и социальных статусов в коллективе
Обновление	Проведение собраний с работниками по решению бытовых и организационных вопросов	Укрепление социальных отношений, развитие стиля руководства, ориентация на общность интересов
Проводы	Поздравления и подарки при уходе на пенсию	Чествование «героев» и преданных работников

Как видно из данных таблицы 2, традиции и обряды на исследуемых предприятиях реализуются с момента принятия нового сотрудника. В целом это позволяет ощутить принадлежность к предприятию. Как показали результаты нашего исследования, на предприятиях отмечают такие календарные праздники, как Новый год, 23 февраля, 8 Марта.

Также на исследуемых предприятиях принято отмечать и личные праздники сотрудников: около 80% сотрудников празднуют их в кругу коллег. Официальные события отмечаются всем коллективом и подразделениями.

Организационные ценности, объединенные в блок «Символика», составляют 13,3%. В ОАО «Завод «Саранскабель» данный показатель ниже и составляет 11,6%, а на ГУП РМ «Лисма» выше – 15,5%.

В рейтинге организационных ценностей исследуемых предприятий в блок «Этика» включены такие ценности, как знание документов об этических нормах, культура работников, исполнение правил распорядка. Рассчитанная усредненная оценка по данному блоку со-

ставляет 13,9%, что совпадает с результатами опроса на ГУП РМ «Лисма». Сотрудниками ОАО «Электровыпрямитель» эти ценности отмечены на уровне 12,1%. На ОАО «Завод «Саранскабель» этика сотрудников выше среднего значения для исследуемых промышленных предприятий (15,4%).

Заключение

Таким образом, подвергаясь влиянию со стороны внешней среды, приспосабливаясь к изменениям, промышленное предприятие должно иметь способность формировать и накапливать такой потенциал, который может обеспечить не только своевременную и адекватную реакцию на воздействия внешней среды, но и дает возможность активно изменять окружающую действительность. Указанный «жизненный» потенциал деятельности организации обеспечивает организационная культура: поведение сотрудников отражают идеологию управления промышленным предприятием, проявляются в символическом образе (логотип, цветовая гамма). Корпоративная идентичность рождает у работника чувство «МЫ», которое улучшает отношение к самому себе, повышает самооценку и способствует удовлетворению потребности в защищенности. Исходя из этого, можно говорить о том, что тот или иной уровень развития корпоративной идентичности является показателем целостности корпоративной культуры, показателем того, насколько ценности компании адекватны индивидуальным ценностям ее сотрудников; насколько сама компания является ценностью для ее сотрудников, насколько она значима для них.

Список литературы

- 1 Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Организационная культура: Учебник, 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2013. – 535 с.
- 2 Пихало В.Т. Управление персоналом организации: учебное пособие / В. Т. Пихало, Ю. Н. Царегородцев, С.А. Петрова, Ю.Е. Ефремова. – М.: ФОРУМ, 2010. – 400 с.
- 3 Райченко А.В. Менеджмент: учебное пособие / А.В. Райченко, И.В. Хохлова. – М.: ФОРУМ, 2010. – 368 с.
- 4 Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка. – СПб.: Питер, 2008. – 421 с.
- 5 Шейн Э. Организационная культура и лидерство. 4-е издание, пер. с англ. – СПб.: Питер, 2013. – 352 с.

Рецензенты:

Гуськова Н.Д., д.э.н., профессор, заведующий кафедрой менеджмента ФГБОУ ВПО

«Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева», г. Саранск.

Марабаева Л.В., д.э.н., профессор, ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева», г. Саранск.