

Самсонова Лилия Гаврильевна

студентка

Финансово-экономический институт

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный

университет им. М.К. Аммосова»

г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В ОРГАНИЗАЦИИ

***Аннотация:** статья посвящена теоретическим вопросам, связанным с определением понятия «организационная культура организации» и анализом его содержания. В работе анализируется влияние организационной культуры на формирование конкурентных преимуществ компании. Организационная культура является основным фактором конкурентоспособности организации. Она выполняет функцию поддержания конкурентной стратегии, побуждает персонал к достижению высоких результатов деятельности, способствует конструктивному поведению работников.*

***Ключевые слова:** организация, организационная культура, конкурентоспособность.*

Понятие организационной культуры применительно к экономическим субъектам стало применяться сравнительно недавно, со второй половины XX века. В настоящее время относительно категории «организационная культура», ее смысла и содержания существует немалое количество взглядов. Наиболее объективными представляются следующие:

1) Организационная культура – это система принятых в организации и разделяемых ее работниками ценностей, убеждений, принципов, норм поведения [3, с. 17];

2) Организационная культура – это представленная в явном виде совокупность основополагающих производственных явлений, к которым относятся дисциплина труда, правила внутреннего трудового распорядка, организация и

оплата труда на предприятии, кодекс корпоративной этики, и ряд других, закрепленных в соответствующих локальных нормативно – правовых актах и предписывающих правила организационного взаимодействия сотрудникам, для достижения поставленных целей [1, с. 13];

3) Организационная культура – это система ценностей и норм, разделяемых большинством членов организации, обеспечивающая мотивацию и регуляцию их деятельности, а также являющаяся средством адаптации организации к внешней среде [4, с. 8];

На наш взгляд, перечисленные трактовки имеют схожие черты, объединив которые, мы вывели собственное понятие данной категории. Под организационной культурой компании будем понимать совокупность разделяемых членами организации представлений, установок, ценностей, убеждений, предопределяющих организационное поведение членов организации.

В современных социально-экономических условиях менеджмент для повышения конкурентоспособности организации стремится максимально использовать потенциал организационной культуры. Организационная культура – единая система представлений, убеждений и ценностей, норм и правил поведения сотрудников компаний [2, с. 105]. Ценности определяют поведение людей в организации. В качестве основных элементов организационной культуры можно выделить следующие: декларация цели и миссии компании, корпоративная философия, корпоративный дух, корпоративная этика, культура качества. Назначение организационной культуры – сплочение трудового коллектива вокруг общих ценностей и достижение бизнес-цели в повышении конкурентоспособности организации. Сотрудники придерживаются тех правил, которые организация считает эффективными и которые имеют отражение в организационной культуре. Важнейший аспект организационной культуры – взаимоотношения между сотрудниками, характеризующиеся единством.

Таким образом, организационная культура используется для максимизации эффективности деятельности производственной организации, укрепления ее целостности, создания у сотрудников чувства причастности к общему делу.

Культура соучастия создает атмосферу заботы о потребностях сотрудников, вовлечения их в процессы планирования и принятия управленческих решений. Организационная культура формирует морально-этические ценности и установки, усиливающие реализацию потенциала интеллектуальной и духовной энергии сотрудников; усиливает социальное партнерство, чувство солидарности всех уровней сотрудников вокруг ценностей, норм, традиций, что повышает их ответственность за результаты деятельности. Сильная организационная культура – одно из основных конкурентных преимуществ любой компании.

Список литературы

1. Грошев И.В. Организационная культура / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2013. – 535 с.
2. Емельянова Л.А. Социально-психологическая концепция конкуренции конкурентоспособности. – М.: МГТУ «МАМИ», 2013. – 347 с.
3. Смирнова В.Г. Организационная культура: Учебник для академического бакалавриата / Под ред. В.Г. Смирновой. Серия: Бакалавр. Академический курс. – М.: Юрайт, 2014. – 306 с.
4. Шапиро С.А. Организационная культура: Учебник / С.А. Шапиро. Серия: Бакалавр. – М.: Кнорус, 2016. – 256 с.
5. Социокультурные факторы конкурентоспособности производственной организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infopedia.su/8xfe09.html> (дата обращения: 06.12.2017).