

DOI: 10.17805/trudy.2023.1.14

СОЦИОЛОГИЯ

ДИАГНОСТИКА ЗРЕЛОСТИ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВАНИИ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

С.Ю. Николаев

Московский гуманитарный университет

Аннотация: В статье проведена диагностика зрелости культуры организации ПАО «Газпром нефть» по показателям, формирующим культуру менеджмента операционной деятельности организации: вовлеченность, согласованность, адаптивность, миссия. Показано, что культура организации является источником формирования культуры менеджмента операционной деятельности.

Ключевые слова: культура организации; операционная деятельность; культура менеджмента операционной деятельности; диагностика культуры организации

DIAGNOSTICS OF THE MATURITY OF THE ORGANIZATION'S CULTURE BASED ON OPERATIONAL ACTIVITIES

S.Y. Nikolaev

Moscow University for the Humanities

Abstract: A diagnosis of the maturity of the culture of the organization of PJSC Gazprom Neft was carried out according to the indicators that form the culture of management of the organization's operational activities: involvement, consistency, adaptability, mission. It is shown that the culture of the organization is the source of the formation of the culture of management of operational activities.

Keywords: culture of the organization; operational activity; culture of management of operational activity; diagnostics of culture of the organization

Культура организации на практике – это не что иное, как свод обычаев, ценностей, подходов, символов, прошедших через определенный период времени и утвердившийся в организации. Можно смело говорить, что культура организации подчёркивает ее индивидуальность на рынке, выделяет ее среди других игроков.

Эффективность современной организации на рынке во многом зависит от того, насколько развита корпоративная культура внутри этой организации. Культура организации является уникальной, это ее внутренний код. (Бардаков, Галкин, Иванова, 2017).

Ценностные основы любой организации всегда оказывают влияние на представителей трудового коллектива, ведущих трудовую деятельность в структуре организации. Часто культура внутри организации формируется под воздействием факторов влияния. В качестве таковых могут выступать: внутренняя мотивация сотрудников; личностные качества сотрудников; система ценностных идеалов, принятых в организации (Колмыкова, Селиверстова, 2017). Успешная организация формируется за счет мотивированного коллектива и за счет сотрудников, обладающих лидерскими качествами (Там же).

Зрелость культуры организации определяется следующими индикаторами: «толщина» культуры; степень разделяемости культуры членами организации; ясность приоритетов культуры.

Показатель «толщины» организационной культуры определяется, исходя из количества важных предположений внутри структуры организации, которые разделяются трудовым коллективом организации. Если культура внутри организации уже устоялась, она будет оказывать значительное влияние непосредственно на сотрудников этой организации.

Относительно перечня ценностей, принятых в определенной культуре важно сказать, что они могут быть ранжированы. От ранга ценности будет зависеть и степень ее важности. Если культура устоялась, то у сотрудников есть четкое понимание того, какая ценность должна доминировать в конкретном случае. В уже созревшую культуру вовлечено большое количество сотрудников трудового коллектива, туда могут быть вовлечены даже люди, косвенно соприкоснувшиеся с организацией. Под влиянием культуры может меняться и поведенческая модель конкретного человека, и она может оказаться иной, чем та, которая свойственна человеку в повседневной жизни вне организации (Одегов, Руденко, 2014).

Важно отметить, что операционная деятельность компании является составляющей частью формирования культуры организации. Целью развития операционной деятельности является максимизация эффективности компании за счет обеспечения надежности и безопасности этой деятельности и вовлечения всех сотрудников в культуру непрерывных улучшений. Цикличность процессов управления деятельностью оперативного характера способствует формированию корпоративной культуры и ее совершенствования (Соломанидина, 2019).

Целью исследования является диагностика зрелости культуры организации на основании анализа операционной деятельности. Объектом исследования выступает культура организации ПАО «Газпром нефть». Предмет исследования – измерение индексов организационной культуры по параметрам, формирующим культуру менеджмента организации: вовлеченность, согласованность, адаптивность, миссия.

ПАО «Газпром нефть» входит в число самых привлекательных работодателей России, благодаря созданию уникальной социокультурной среды с элементами ценностей социальной ответственности, развития персонала как основного нематериального ресурса организации, социально-инвестиционной политики для решения проблем местного сообщества в местах присутствия компании. Культура ПАО «Газпром нефть» способствует формированию социокультурной среды с такими характеристиками, в которой «сотрудники могут в полной мере раскрыть свой индивидуальный потенциал, действуя ради достижения общих целей» (Принципы корпоративной культуры..., Электр. ресурс).

Диагностика зрелости культуры ПАО «Газпром нефть» проводилась с помощью методики Д. Денисона, которая включает анкетирование сотрудников организации (Денисон, Хойшберг, Лэйн, Лиф, 2013). Методика адаптирована к российской выборке К. Феем (Фей, Денисон, 2001) и позволяет определить ключевые характеристики культуры организации. Каждая из характеристик должна в той или иной мере разделяться представителями трудового коллектива организации:

1. Вовлеченность – трудовой коллектив должен быть вовлечен в командную работу;

2. Согласованность – все члены трудового коллектива должны быть ориентированы на единую систему ценностей и соблюдать единые правила;

3. Адаптивность – для того, чтобы оставаться эффективной, организация должна на постоянной основе проходить через процессы изменения;

4. Миссия – четкое осознание пути своего развития, а также видения своего положения в перспективе, т.е. в будущем.

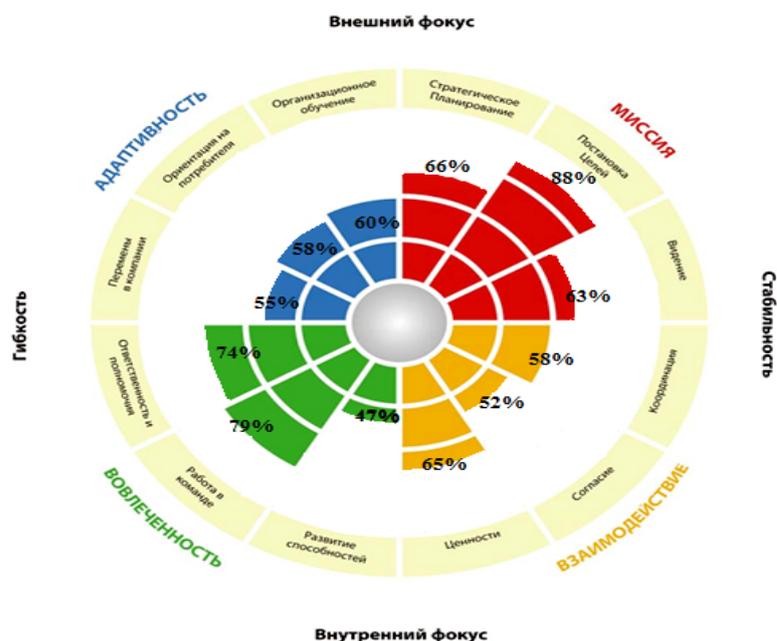
В результате анкетирования, которое было проведено среди 55 сотрудников ПАО «Газпром нефть», были получены индексы, присущие факторам параметров культуры. Результаты расчета степени выраженности параметров культуры на основе измерения составляющих элементов (факторов культуры организации) представлены в таблице 1.

Т а б л и ц а 1

Результаты анкетирования по методике Д. Денисона

Параметры культуры	Факторы	Оценка, баллы	Оценка, %
Вовлеченность	Полномочия	3,8	74%
	Ориентация на командную работу	3,9	79%
	Развитие способностей	2,5	47%
Согласованность	Ключевые ценности	3,3	65%
	Согласие	2,6	52%
	Координация и интеграция	3,1	58%
Адаптивность	Ориентация на изменения	2,8	55%
	Ориентация на потребителя	2,9	58%
	Организационное обучение	3,1	60%
Миссия	Стратегическое направление и планирование	3,4	66%
	Цели и задачи	4,5	88%
	Видение	3,2	63%

Результаты расчета индексов для факторов корпоративной культуры представлены на рис.



Такие показатели, как адаптивность и взаимодействие должны присутствовать у организации в равной степени. В большинстве случаев деятельность организации ориентирована на потребителя, реже – на структурные изменения для достижения эффективности. Еще меньший акцент делается на системном обучении персонала организации, хотя эти аспекты также важны для функционирования организации. Индексы важны для миссии организации, и находятся на своих пиковых значениях в 4.5 балла. В организации наиболее эффективным механизмом является постановка общих целей. Значительным фактором для развития является генеральное планирование. Этот механизм дает возможность работы на перспективу.

В рамках организации командная работа внутри коллектива, тоже находится на довольно высоком уровне, если говорить о показателях в баллах это – 3.8. На низком уровне внутри организации осуществляется дифференциация функций, а также профессиональная взаимозаменяемость.

Исходя из полученных данных видно, что в ПАО «Газпром нефть» преобладает стремление к стабильности, выработанное многолетней практикой деятельности организации. Несомненно, такое сочетание дает возможность организации удерживать лидирующие позиции на рынке и простор для постоянного совершенствования. В рамках организации созрела и полностью устоялась собственная культура. Важно отметить, что организационная культура «Газпром» ориентирована, в большей степени, на внешнюю среду. Сотрудники организации хорошо осознают свою миссию, основные принципы и ценности работы компании, ценности, которые она пропагандирует в своей деятельности.

На основе культуры организации, формируется и культура управленческого

звена этой организации. Эти процессы взаимосвязаны. Организационную культуру и ее требования должно разделять подавляющее большинство членов трудового коллектива. Положения культуры организации в обязательном порядке должны быть утверждены руководством.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Бардаков Н.С., Галкин Д.И., Иванова И.Г. (2017) Корпоративная культура как инструмент роста эффективности деятельности компаний и их деловой репутации // Регулирование экономической деятельности и деловая среда: проблемы, перспективы и решения: Сб. науч. тр. по материалам II Междунар. науч.-практ. конф. Казань, С. 290–300.

Денисон Д., Хойшберг Р., Лэйн Н., Лиф К. и др. (2013) Изменение корпоративной культуры в организациях, Спб. Питер. Прогресс книга, 190 с.

Колмыкова М.А., Селиверстова Н.И. (2017) Профессиональная идентичность как основа профессиональной культуры чиновника // Вестник Поволжского института управления. Т. 17 – № 2. – С. 71–77.

Принципы корпоративной культуры, поддерживающие устойчивое развитие. // ПАО «Газпром нефть» [Электронный ресурс] URL: https://www.gazprom-neft.ru/files/documents/PDF_2019.pdf (дата обращения 17.17.11.2022)

Одегов Ю., Руденко Г. (2014) Инструменты развития организационной культуры: направления трансформаций // Управление корпоративной культурой, №1. С. 10.

Соломанидина Т.О. (2019) Организационная культура компании: учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М. – 258 с.

Фей К.Ф., Денисон Д.Д. (2001) Организационная культура и эффективность: пример изучения иностранных компаний в России // Персонал-Микс. №2 (3). С. 171–177.

Николаев Станислав Юрьевич – аспирант Московского гуманитарного университета, по специальности социология культуры. Руководитель направления методологии отчетности и учета ООО «Газпромнефть – Смазочные материалы». Научный руководитель Солнышкина М.Г. – доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры социальной работы Университета «Дубна». Адрес: 117218, Россия, Москва, ул. Бутлерова 17. Эл. адрес: Nikolaev.SYur@gazprom-neft.ru

Nikolaev Stanislav Yurievich is a postgraduate student at the Moscow University of the Humanities, majoring in sociology of culture. Head of the Reporting and Accounting Methodology Department of Gazpromneft Lubricants LLC. Scientific supervisor M.G. Solnyshkina – Doctor of Sociological Sciences, Professor, Professor of the Department of Social Work of Dubna University. Address: 17 Butlerova str., Moscow, 117218, Russia. Email: Nikolaev.SYur@gazprom-neft.ru

Для цитирования:

Николаев С.Ю. Диагностика зрелости культуры организации на основании операционной деятельности. 2023. № 1. С. 80–84. DOI: <https://www.doi.org/10.17805/trudy.2023.1.14>