

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ОРГАНИЗАЦИОННУЮ КУЛЬТУРУ (НА ПРИМЕРЕ ГК «СЛАТА»)**

В статье рассматриваются основные факторы, играющие определяющую роль в поддержании организационной культуры на предприятии. Проводится анализ данных факторов на примере предприятия г. Иркутска – ГК «Слата».

Ключевые слова: организационная культура, поддержание организационной культуры.

Если на предприятии организационная культура уже сформирована, то главной целью данного предприятия будет являться её поддержание. Для того, чтобы организационная культура поддерживалась на достойном уровне, руководством формируются задачи для служб управления персоналом, которые те, выполнив, обеспечивают организацию соответствующими кандидатами [1].

Существуют факторы, играющие определяющую роль в поддержании организационной культуры и это:

1. Отбор персонала;
2. Деятельность высшего руководящего звена;
3. Процесс социализации [1]

Рассмотрим эти факторы подробнее с целью проведения анализа и приведем примеры конкретной организации г. Иркутска – сети супермаркетов «Слата», дадим оценку организационной культуре данной компании.

1. Главное в процессе отбора персонала – это из множества кандидатов, претендующих на должность, выбрать более подходящего. Он должен отвечать определенным требованиям и быть компетентным в той области, в которой хочет работать. Как показывает практика, требованиям, которые мы предъявляем, отвечает сразу несколько кандидатов. При окончательном отборе предпочтение отдается тем кандидатам, которые в большей степени совместимы с организационной культурой фирмы.

Рассмотрим систему отбора в ГК «Слата» и дадим оценку ее удобства. Отбор персонала в ГК «Слата» проходит следующим образом: любой желающий может подать своё резюме на любую должность. Имеется офис, в котором находится отдел кадров где и производится сам отбор, проходят собеседования. Гражданин посещает этот офис, заполняет анкету с указанием должности, на которую он претендует, и, становится в определённую «очередь» желающих. В

* Воробьева Анастасия Сергеевна – студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: keppd@mail.ru.

** Ергодоева Оксана Бакасовна – доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: ergodoeva.oksana@mail.ru.

*** По материалам научно-практической конференции 2015 года «Совершенствование экономической, инновационной и управленческой деятельности экономических систем».

течение времени все анкеты подлежат рассмотрению и с наиболее подходящим кандидатом связываются сотрудники отдела кадров. Будущий работник приглашается в офис повторно для оформления документов.

Считаю, что данная система достаточно удобна, так как наглядно показано, что устроиться может любой желающий, а так же, это подходит любой возрастной категории.

2. То, что делают и не делают руководители весомо влияет на организационную культуру. Менеджеры, находящиеся на среднем уровне, устанавливают основные правила и нормы поведения, основываясь на высказываниях руководителей и их реакции на различные ситуации. Далее перечень этих правил и норм спускается на более низкие уровни. Благодаря этим правилам сотрудники узнают, как вести себя в данной организации, какие ценности ставить на первое место и чему стоит уделить большее внимание.

Если рассматривать отдельный супермаркет, то высшим руководящим звеном здесь является директор супермаркета. Именно от него исходят основные поручения и указания. Он производит контроль выполнения работы персоналом. Если говорить о вопросах, затрагивающих поведение, внешний вид работника, приход и уход с рабочего места, то функцию контроля за всем этим выполняет охрана магазина. В данной организации не приемлемы опоздания, у работников внешний вид должен соответствовать должности, конфликты в целом регулируются сразу же во время их возникновения.

Оценивая данный фактор, могу сделать вывод о том, что руководители, во-первых, осведомлены деятельностью своих работников, во-вторых, уделяют им должное внимание.

3. Процесс социализации – это то, что необходимо каждому работнику. Ведь как бы слаженно и четко не был сформирован процесс приема на работу, работник-новичок всегда будет испытывать первоначальный дискомфорт на новом рабочем месте. Чтобы решить данную проблему, руководством принимаются усилия по адаптации к организационной культуре [1].

Процесс социализации непосредственно влияет на производительность работника, вовлеченность в организацию и желание работать в ней. Для того чтобы работник чувствовал себя причастным к данной организации, для увеличения интереса работы в ней, для всех работников существуют праздничные корпоративы для неформального общения, в ходе которых работники могут ближе узнать своих коллег. Спортивное мероприятие «Слатакиада», в котором идет сплочение уже единой организации, а не отдельного магазина. На данное мероприятие съезжаются работники всех супермаркетов и работники главного офиса. На данном мероприятии усиливается желание быть нужным этой организации. Существует конкурс «Лучший коллектив», созданный для сплочения коллектива. Конкурс направлен на выявление лучшего рабочего коллектива, в виде конкурса-смотр творческих номеров [2].

Подводя итог, можно сказать о том, что в данной компании вопрос о корпоративной культуре один из важнейших вопросов организации. Компания направлена на привлечение сотрудников и желанию их сохранить в своей организации. В компании с пониманием относятся к новичкам, уважают тех, кто

работает уже определенно долгое время. Компания старается сохранять интерес к трудовой деятельности своих работников посредством мероприятий, на которых работники могут пообщаться с коллегами и отдохнуть душой, тем самым, набираясь сил для эффективной работы.

Таким образом, говоря об организационной культуре, подытожить можно тем, что высокоразвитая организационная культура будет позитивно влиять на все стороны деятельности компании. То есть, в компании будет создано требуемое качество производимых товаров и оказываемых услуг, будет существовать необходимый уровень деловых контактов и сформирован внешний имидж организации.

Список использованной литературы

1. Как поддерживать организационную культуру? // Деловой мир. – Режим доступа: <http://delovoyumir.biz> (дата обращения: 15.05.16).
2. ГК «Слата» // Торговая сеть. – Режим доступа: <http://www.slata.ru> (дата обращения: 15.05.16).