



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 338.45

Дата поступления: 10.03.2022
рецензирования: 13.04.2022
принятия: 27.05.2022

**Моделирование процесса управления организационной культурой
на предприятиях топливно-энергетического комплекса**

А.В. Васильчиков

Самарский государственный технический университет,
г. Самара, Российская Федерация

E-mail: vav309@yandex.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2797-7837>

А.Р. Нигматуллин

Самарский государственный технический университет,
г. Самара, Российская Федерация

E-mail: nar63samgtu@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8857-1155>

Аннотация: Статья посвящена изучению процесса моделирования организационной культуры в контексте деятельности предприятий промышленного комплекса, в частности отраслевой структуры предприятий топливно-энергетического комплекса. В условиях стратегического развития предприятия организационная культура выступает эффективным механизмом и инструментом развития в современных трансформационных экономических процессах. Рассматриваются основные критериальные подходы к определению организационной культуры, исходя из практики управления предприятиями топливно-энергетического комплекса. Охарактеризованы основные модели организационной культуры, а также разработан методологический аппарат алгоритма формирования организационной культуры на предприятиях топливно-энергетического комплекса в условиях глобализационного реформирования современной экономической системы. Разработанная модель планомерного перехода к формированию организационной культуры основана на ролевом и инновационном типе культуры, что является приемлемым для промышленных предприятий в целом и отраслевых предприятий топливно-энергетического комплекса в частности. Модель формирования организационной культуры предприятий топливно-энергетического комплекса направлена на реализацию плана работы с учетом формирования предпочтительных типов организационной культуры. Предлагаются оптимизационные пути и направления совершенствования развития культуры организации в целях повышения ее конкурентоспособности и эффективности деятельности. Исследование имеет ценность для научно-педагогических работников сферы образования и в сфере управленческого консультирования.

Ключевые слова: организационная культура; модели организационной культуры; моделирование; эффективность; руководство; развитие; управление.

Цитирование. Васильчиков А.В., Нигматуллин А.Р. Моделирование процесса управления организационной культурой на предприятиях топливно-энергетического комплекса // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2022. Т. 13, № 2. С. 15– 22. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0461-2022-13-2-15-22>.

Информация о конфликте интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

© Васильчиков А.В., Нигматуллин А.Р., 2022

Алексей Валерьевич Васильчиков – доктор экономических наук, профессор кафедры экономики промышленности и производственного менеджмента, Самарский государственный технический университет, 443100, Российская Федерация, г. Самара, ул. Молодогвардейская, 244.

Альмир Рафаэлевич Нигматуллин – младший научный сотрудник научно-исследовательского сектора кафедры экономики промышленности и производственного менеджмента, Самарский государственный технический университет, 443100, Российская Федерация, г. Самара, ул. Молодогвардейская, 244.

SCIENTIFIC ARTICLE

Submitted: 10.02.2022
Revised: 13.04.2022
Accepted: 27.05.2022

Modeling the process of management of organizational culture at enterprises of fuel and energy complex

A.V. Vasilchikov

Samara State Technical University,
Samara, Russian Federation

E-mail: vav309@yandex.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2797-7837>

A.R. Nigmatullin

Samara State Technical University,
Samara, Russian Federation

E-mail: nar63samgtu@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8857-1155>

Abstract: The article is devoted to the study of the process of modeling organizational culture in the context of the activities of enterprises of the industrial complex, in particular, the sectoral structure of enterprises in fuel and energy complex. In the context of the strategic development of an enterprise, organizational culture acts as an effective mechanism and tool for development in modern transformational economic processes. The main criteria approaches to the definition of organizational culture are considered, based on the practice of managing enterprises in the fuel and energy complex. The main models of organizational culture are characterized, and the methodological apparatus of the algorithm for the formation of organizational culture at the enterprises of fuel and energy complex in the context of the globalization reform of modern economic system is developed. The developed model of a systematic transition to the formation of an organizational culture is based on a role-playing and innovative type of culture, which is acceptable for industrial enterprises in general, and industry enterprises of fuel and energy complex. The model of formation of the organizational culture of the enterprises of fuel and energy complex is aimed at the implementation of the work plan, taking into account the formation of preferred types of organizational culture. Optimization ways and directions for improving the development of the organization's culture in order to increase its competitiveness and performance efficiency are proposed. The study is of value to scientific and pedagogical workers in the field of education and in the field of management consulting.

Key words: organizational culture; models of organizational culture; modeling; efficiency; leadership; development; management.

Citation. Vasilchikov A.V., Nigmatullin A.R. Modeling the process of management of organizational culture at enterprises of fuel and energy complex. *Vestnik Samarskogo universiteta. Ekonomika i upravlenie = Vestnik of Samara University. Economics and Management*, 2022, vol. 13, no. 2, pp. 15–22. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0461-2022-13-2-15-22>. (In Russ.)

Information on the conflict of interest: authors declare no conflict of interest.

© Vasilchikov A.V., Nigmatullin A.R., 2022

Alexey V. Vasilchikov – Doctor of Economics, professor of the Department of Industrial Economics and Production Management, Samara State Technical University, 244, Molodogvardeyskaya Street, Samara, 443100, Russian Federation.

Almir R. Nigmatullin – junior research fellow, research sector, Department of Industrial Economics and Production Management, Samara State Technical University, 244, Molodogvardeyskaya Street, Samara, 443100, Russian Federation.

Введение

В числе актуальных вопросов, волнующих современные науки, находится исследование особенностей организационной культуры. Данная тема актуальна для крупных и средних корпораций, а также промышленных предприятий, в частности предприятий топливно-энергетического комплекса (ТЭК) в контексте их функционирования и специфических черт, присущих организации их производственного процесса.

Организационная культура – это составляющая функционирования любого предприятия, оказывающая сильное влияние как на внутреннюю жизнь организации, так и на ее положение во внешней среде, в том числе на формирование определенного имиджа в современной экономической системе, выступающая главным фактором конкурентоспособности.

Многие ученые и специалисты рассматривают организационную культуру как инструмент управления, обеспечивающий достижение поставленных целей организации [1].

Особую важность представляет организационная культура для предприятий ТЭК, где содержится большое количество аспектов, охватывающих не только управление людьми, характер взаимодействия их между собой и с руководством, но и все сферы деятельности предприятия, тем самым образует фундамент эффективного его функционирования, обостряются вопросы совершенствования организационной культуры в условиях конкуренции на современном рынке.

Ход исследования

Организационная культура – понятие достаточно обширное и сложное.

Одним из самых широко известных и признанных подходов для описания типов организационной культуры является классификация, предложенная Дж. Сонненфельдом и П.М. Сенге. Группировка Сонненфельда («описательная»), Сенге – «формализованная матричная» [2]. Их с успехом используют совместно для описания типов корпоративной культуры той или иной организации.

Классификация П.М. Сенге построена на противопоставлении и представляет собой три матричные пары [2]:

- 1) Демократичность – авторитарность;
- 2) Креативность – регламентированность;
- 3) Открытость – закрытость.

Надо сказать, что среди сторонников моделирующего подхода выделяется один из «пионеров» изучения организационной культуры – Э. Шейн. Еще в начале 80-х годов он назвал три уровня существования организационной культуры: глубинный, внутренний и поверхностный. Изучение организационной культуры всегда берет начало на «поверхностном» уровне, на котором важное место занимают различные символы. Однако интерпретировать их значение точно невозможно без затрагивания второго уровня, внутреннего. Здесь изучаются убеждения и моральные нормы, которые присущи всем членам организации, а также их соответствие уже увиденным и выделенным символам. Самый серьезный уровень, «глубинный», содержит фундаментальные вещи, которые зачастую даже не осознаются сотрудниками организаций. Здесь Э. Шейн выделяет отношение к бытию, восприятие пространства и времени, отношение человека к коллективу (и наоборот) и т. д. [3].

Б. Карлофф выделил в корпоративной культуре элемент, находящийся в центре. Это некие идеальные цели, которые помогают формироваться и остальным элементам [4].

В.А. Спивак полагает, что для изучения организационной культуры российских корпораций и организаций необходимо обратить внимание на опорные точки организационной культуры – это культура условий труда, культура средств труда и трудового процесса, культура коммуникаций в трудовом коллективе [5].

О.С. Виханский и А.И. Наумов кроме введения понятия множественности аспектов организационной культуры упоминают сложившуюся классификацию типов организаций, существующих в нашей стране. В ней выделены типы «друзья», «семья», «культура начальника», возникшая в годы перестройки и характеризующаяся наличием конфликта интересов [6].

Моделируя процесс организационной культуры, отечественные исследователи, среди которых такие как М.А. Иванов, Д.М. Шустерман, описывают организационную культуру как совокупность различных внешних проявлений. Среди них выделены следующие пункты [7]:

- 1) Поведение людей в организации, сленг, отношение к новичкам и незнакомцам;
- 2) Вопрос структурирования времени и пространства (соотношение рабочего и свободного времени, содержательность и конфигурация пространства);
- 3) Писанные и неписанные правила и нормы, санкции;
- 4) Корпоративные мифы и герои (истории, сплетни, принятые на веру байки и рассказы);
- 5) Система поощрений и наказаний;
- 6) Ритуалы, символы и табу (запретные темы).

В.И. Веретеннов отмечает, что невозможно не учитывать фактор лидерства при описании и моделировании типа организационной культуры. Именно поведение руководства определяет поведение членов организации, формирует культуру, и только потом процесс запускается в обратную сторону. Автор выделил шесть характеристик организационной культуры. В них входят [6]:

- 1) Регулярные формы поведения;
- 2) Нормы и ценности (реальные стандарты поведения, которые иллюстрируют отношение к труду);
- 3) Основные ценности в организации;
- 4) Философия организации;
- 5) Правила, регламентации;
- 6) Организационный климат [8].

Большинство подходов сводятся к модели, предложенной В. Сате, отражающей принципы формирования организационной культуры, где основным постулатом являются требование соблюдения правил и ценностей компании, включение и социализация новых людей в организации, а также увольнение сотрудников, не удовлетворяющих требованиям культуры [9].

Модель Р. Морана и Ф. Харриса обусловлена характерологическими особенностями и спецификой содержания организационной культуры, прежде всего взаимодействия и иерархии, веры в какой-то аспект жизни организации (в мудрые действия руководства, в собственные силы и т. д.), развития работников и процесса их обучения новому [6].

Модель Харрисона Р. описывает четыре вида организаций и присущих им организационных культур. Основные объекты его анализа: моральные ориентации личности, отношения индивида в коллективе, структура организации, характер деятельности компании на разных этапах развития [6].

«Названия типов следующие: культура власти, культура роли, культура задачи, культура человека» [10]. Первый тип зависит от централизованной власти, через которую осуществляется основная часть контроля. Компании с подобным типом функционирования достаточно сильно зависят от решений, которые принимает центральная власть. Вторым типом – «культура роли» – гораздо более строго спланированная организация, где все на своем месте (или пытается быть таковым). Если первый вариант культуры подходит для небольших организаций, связанных с финансами и торговлей, то этот больше характерен для госструктур с достаточно сильной долей бюрократии [11].

Большую роль играют стандартизация и автоматизация всех процессов. В третьем типе, культуре задачи, легко можно проследить так называемую «матричную структуру» или сетку, в которой некоторые нити более мощные, чем другие, а власть сосредоточена в центральных «узлах» – на пересечении этих нитей. Такая организационная культура характерна для проектной работы. Здесь командный результат важнее результата каждого отдельного работника. Последний тип – «культура личности». В центре нее находится не власть, не организация, а именно личность. Компании и структуры такого типа встречаются нечасто, влияние в ней распределяется между всеми сотрудниками, и контроль с властью возможны только на основании полюбовного соглашения всех сторон.

Рассмотренные параметры моделей корпоративной культуры трансформируются вместе со средой, как и сама культура, что требует детализации анализа с учетом требований времени, постоянного критического анализа взаимоотношений в коллективе в современном контексте развития функционирования организации и вида ее деятельности [12].

Таким образом, формулируя авторское определение организационной культуры, обозначим ее как инструмент управления, способ формирования определенной модели поведения, выступающей социально-психологическим регулятором и инструментом формирования профессиональной идентичности с предприятием, среди которых доминирующими являются: история организации, виды коммуникации, системы и процедуры постановки задач, история и мифы, убеждения и ценности, роль руководства организации, базовые установки внутри организации, отличающие ее от других и разделяемые коллективом организации, а также факторы, зависящие от внешней среды (специфика отрасли, природа конкуренции), имеющие ключевые составляющие в современной рыночной среде [13].

Среди перечисленных характеристик основных компонентов организационной культуры можно заметить много сходств. Во-первых, элементы можно поделить на условно внутренние и внешние [14]. Так, ценности, ритуалы, стратегия, мотивация являются сугубо внутренними факторами, способствующими поддержанию внутреннего взаимодействия в организации. Во-вторых, подтверждением того факта, что данные характеристики составляют основу организационной культуры, является наличие большого числа преуспевающих компаний, четко отличающихся друг от друга и имеющих свои особенности.

Рассмотренные выше определения, типы и модели организационной культуры влияют на эффективность деятельности предприятия, способствуя формированию ключевых параметров. Таковыми являются [15]:

- 1) Поддержка творческой и новаторской деятельности сотрудников;
- 2) Создание у работников заинтересованности в реализации целей организации;
- 3) Соотнесение внутреннего состояния предприятия и текущего состояния рынка с целью своевременной проработки стратегии организации.

Исследование организационной культуры промышленного предприятия, и предприятия ТЭК в частности, подразумевает рассмотрение имеющихся типов культуры.

Авторская модель формирования организационной культуры предприятия ТЭК отражена на рисунке 1.

Современные представления о коллективе предприятия ТЭК как субъекте управления и саморазвития свидетельствуют о том, что в современных условиях необходимо формирование организационной культуры предприятия с помощью эффективного процесса моделирования, соответствующей задачам развития предприятия ТЭК [16].

Являясь пилотным проектом, данная модель планомерного перехода к формированию организационной культуры основана на ролевом и инновационном типе культуры, что является приемлемым для промышленных предприятий в целом и отраслевых предприятий ТЭК в частности. Административный персонал должен быть готов к деятельности по изменению существующего типа организационной культуры [17].

Рассмотрим все модули модели более подробно.

I. Проблемно-целевой модуль включает:

- проведение мониторинговых исследований;
- внедрение методик тестирования и анкетирования, позволяющих точно определить социальный запрос организации для формирования и развития организационной культуры;
- создание проектных групп для разработки и планирования программы формирования и развития организационной культуры;
- разрабатываются мероприятия, фиксирующие ключевые моменты принятия программы перехода к приемлемому типу организационной культуры.

II. Организационно-программный модуль основан на:

- проведении оперативных, административных совещаний, целью которых является детальная проработка вопросов планирования деятельности и осуществления финансирования;
- определении сроков реализации проектных мероприятий;
- разработке системы взаимодействия с коучем, тренерами, специалистами по аудиобрендингу, занимающихся профессиональными коммуникациями, в ходе которых обозначаются проблемы и пути решения, связанные с формированием и развитием организационной культуры;
- написании программы формирования организационной культуры;
- реализации проектных работ по разработке программы формирования организационной культуры.

III. Исполнительский модуль предполагает (рис. 2):

- организацию работы с учетом потребностей коллектива, основанную на профессиональном и социальном взаимодействии.

IV. *Рефлексивно-оценочный модуль* является завершающим этапом, в ходе реализации которого проводятся повторные мониторинги организационной культуры с применением тех же методик и платформ, по результатам которых:

- формируется представление о расхождении существующего типа организационной культуры с предпочтительным;
- показывается прочность диадных и симметрических связей, свидетельствующих о благоприятной или негативной социальной обстановке на предприятии.

Выводы

Таким образом, модель формирования организационной культуры предприятий ТЭК направлена на реализацию плана работы с учетом формирования предпочтительных типов организационной культуры. В данном плане отражены приоритетные направления предприятия ТЭК по формированию организационной культуры.

Содержание работы по формированию организационной культуры на предприятиях ТЭК формируется на основе нормативных документов, инструкций, приказов, Устава организации, локальных актов образовательной организации.

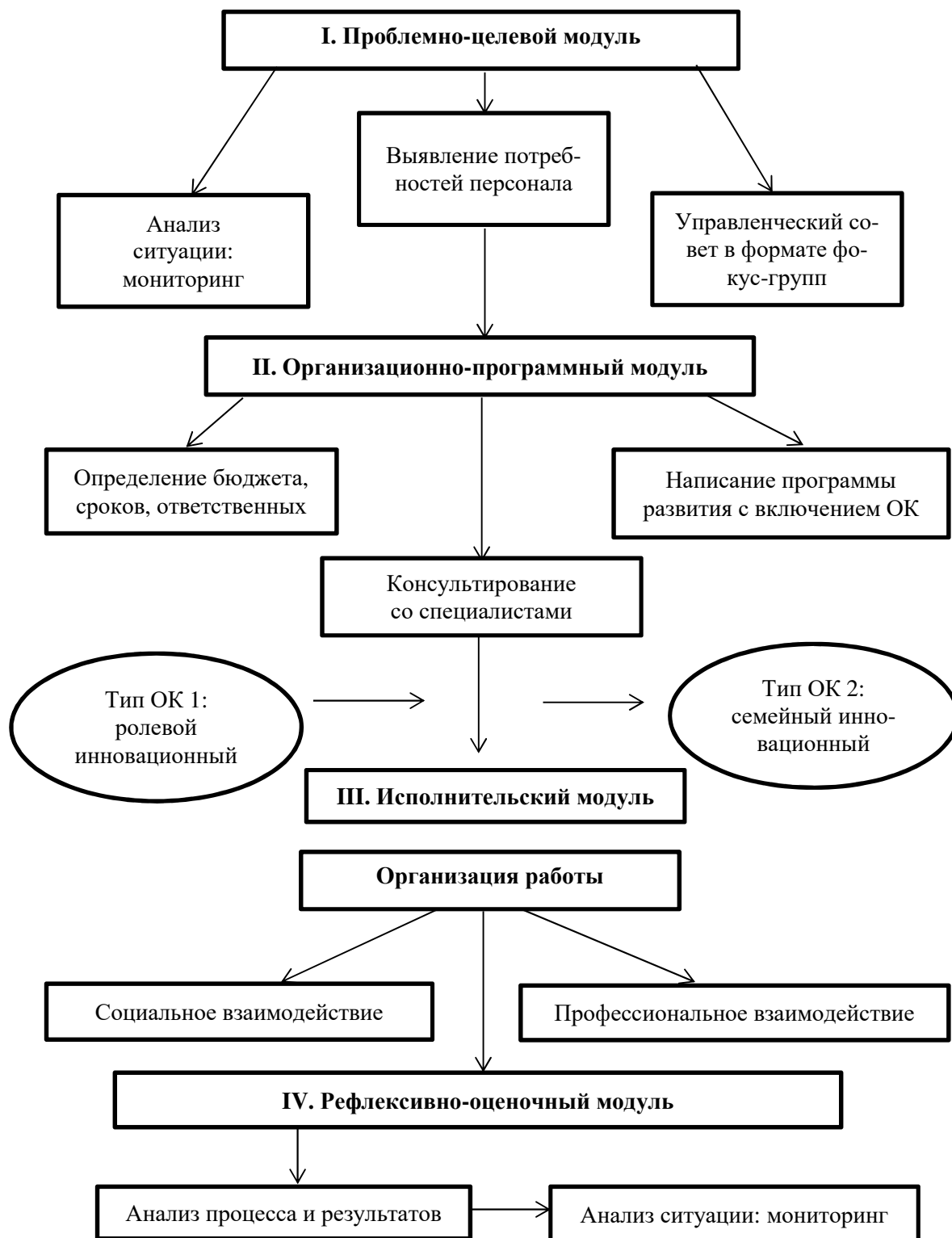


Рисунок 1 – Модель формирования организационной культуры предприятия ТЭК¹
Figure 1 – Model of the formation of organizational culture of enterprises of fuel and energy complex

¹ Авторская разработка.

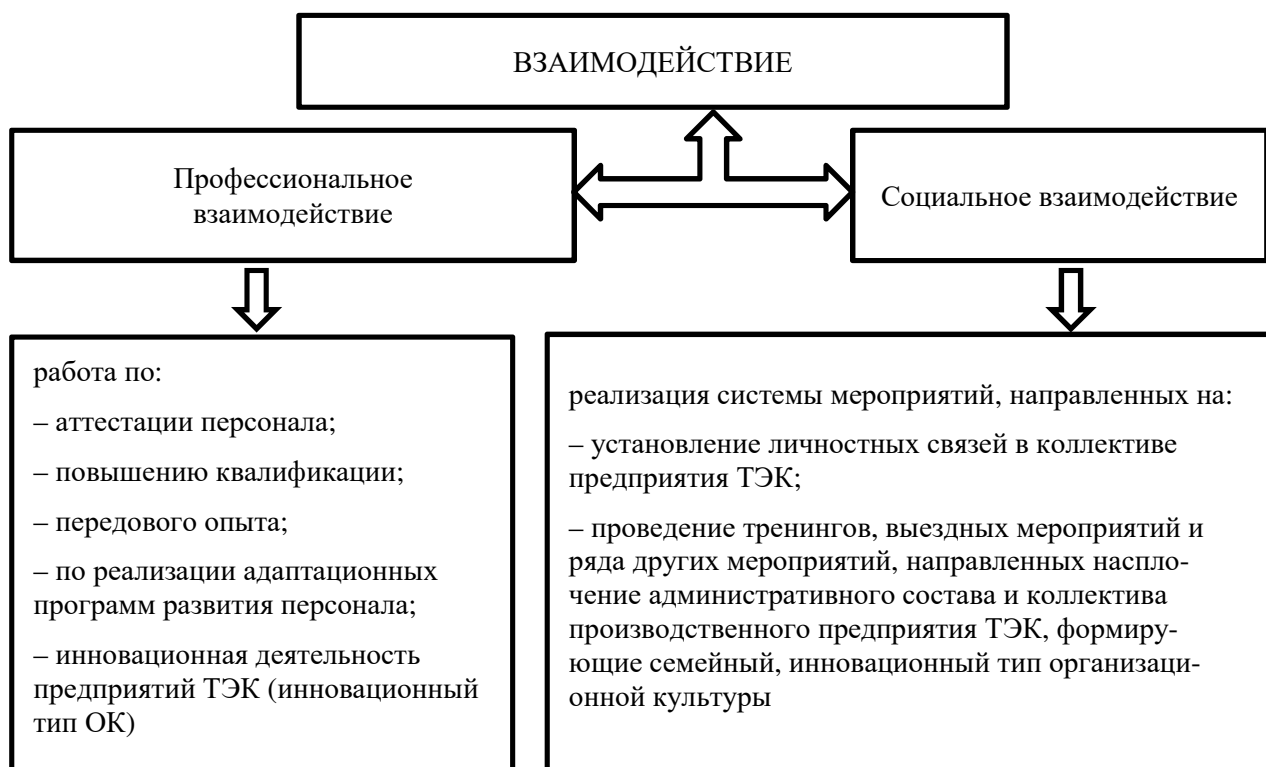


Рисунок 2 – Схема взаимодействия в рамках «исполнительского модуля»²
Figure 2 – Scheme of interaction within the «executive module»

Модель формирования организационной культуры на предприятиях ТЭК представляется эффективным инструментом, позволяющим реализовать модель эффективной организационно-промышленной системы взаимодействия, что является главным фактором конкурентоспособности предприятия в условиях мировых глобализационных экономических процессов.

Библиографический список

1. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Организационная культура. Москва: ЮНИТИ, 2015. 535 с.
2. Senge P.M. Creating, Schools for the Future, not the Past for All Students // Leader to Leader. 2012. Vol. 2012. Issue 65. Pp. 44–49. DOI: <http://dx.doi.org/10.1002/ltl.20035>.
3. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. Санкт-Петербург: Питер, 2012. 352 с.
4. Карлоф Б. Деловая стратегия / пер. с англ. Москва: Экономика, 1998. 390 с.
5. Спивак В.А. Корпоративная культура. Санкт-Петербург: Питер, 2001. 376 с.
6. Андреева И.В., Бетина О.Б. Организационная культура. Санкт-Петербург: СПбГИЭУ, 2011. 200 с.
7. Иванов М.А., Шустерман Д.М. Организация как ваш инструмент. Российский менталитет и практика бизнеса. Москва: Альпина Паблшер, 2006. 400 с.
8. Грошев И.В., Емельянов П.В., Юрьев В.М. Организационная культура. Москва: ЮНИТИ, 2014. 239 с.
9. Лебедева Н.Ю., Широлина Е.М. Методологические вопросы изучения организационной культуры // Фундаментальные исследования. 2012. № 9–3. С. 729–733. URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=30343&>; <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17909250>. EDN: <https://www.elibrary.ru/pbxptb>.
10. Ворохоб О.Б. Особенности подбора персонала в компании с различными типами культур // Управление корпоративной культурой. 2009. № 4. С. 274–280. URL: <https://grebennikon.ru/article-blj3.html?>.
11. Камерон К.С., Куинн Р.Э. Диагностика и изменение организационной культуры. Санкт-Петербург: Питер, 2001. 310 с. URL: http://ludmila-petrashko.com.ua/assets/files/kurs/Traning-CMP/Literatura/kameron_kuin_ok.pdf.

² Авторская разработка.

12. Дагаева Е.А. Методологические подходы к изучению организационной культуры вуза // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2015. № 1 (21). С. 95–97.
13. Стеклова О.Е. Организационная культура. Ульяновск: УЛГТУ, 2007. 297 с.
14. Шапиро С.А. Организационная культура. Москва: КНОРУС, 2017. 256 с.
15. Макеев В.А. Национальные особенности корпоративных культур // Власть. 2011. № 8. С. 74–75. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-osobennosti-korporativnyh-kultur/viewer>; <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16562514>. EDN: <https://www.elibrary.ru/nyljpr>.
16. Чечина О.С. Корпоративная культура. Самара: Самарский государственный технический университет, 2009. 52 с.
17. Герасимов К.Б. Влияние культуры на инновационную деятельность // Креативная экономика и социальные инновации. 2020. Т. 10, № 3 (32). С. 52–61. URL: <https://readera.org/vlijanie-kultury-na-innovacionnuju-deyatelnost-142225758?>.

References

1. Groshev I.V., Krasnoslobodtsev A.A. Organizational culture. Moscow: YuNITI, 2015, 535 p. (In Russ.)
2. Senge P.M. Creating, Schools for the Future, not the Past for All Students. *Leader to Leader*, 2012, vol. 2012, issue 65, pp. 44–49. DOI: <http://dx.doi.org/10.1002/ltl.20035>.
3. Shane E. Organizational culture and leadership. Saint Petersburg: Piter, 2012, 352 p. (In Russ.)
4. Karlof B. Business strategy. Translated from English. Moscow: Ekonomika, 1998, 390 p. (In Russ.)
5. Spivak V.A. Corporate culture. Saint Petersburg: Piter, 2001, 376 p. (In Russ.)
6. Andreeva I.V., Betina O.B. Organizational culture. Saint Petersburg: SPbGIEU, 2011, 200 p. (In Russ.)
7. Ivanov M.A., Shusterman D.M. Organization as your tool. Russian mentality and business practice. Moscow: Al'pina Publisher, 2006, 400 p. (In Russ.)
8. Groshev I.V., Emelyanov P.V., Yuriev V.M. Organizational culture. Moscow: YuNITI, 2014, 239 p. (In Russ.)
9. Lebedeva N.Yu., Shironina E.M. Methodology difficulties of organizational culture study. *Fundamental research*, 2012, no. 9–3, pp. 729–733. Available at: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=30343&>; <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17909250>. EDN: <https://www.elibrary.ru/pbxptb>. (In Russ.)
10. Vorokhob O.B. Features of recruitment in companies with different types of cultures. *Upravlenie korporativnoi kul'turoi*, 2009, no. 4, pp. 274–280. Available at: <https://grebennikon.ru/article-blj3.html?ysclid=I3mv0jzthd>. (In Russ.)
11. Cameron K.S., Quinn R.E. Diagnosing and Changing Organizational Culture. Saint Petersburg: Piter, 2001, 310 p. Available at: http://ludmila-petrashko.com.ua/assets/files/kurs/Traning-CMP/Literatura/kameron_kuin_ok.pdf. (In Russ.)
12. Dagaeva E.A. Methodological approaches to the study of the organizational culture of the university. *Vestnik Taganrogskogo instituta upravleniya i ekonomikii*, 2015, no. 1 (21), pp. 95–97. (In Russ.)
13. Steklova O.E. Organizational culture. Ulyanovsk: UISTU, 2007, 297 p. (In Russ.)
14. Shapiro S.A. Organizational culture. Moscow: KNORUS, 2017, 256 p. (In Russ.)
15. Makeev V.A. National features of corporate cultures. *Vlast' = Power*, 2011, no. 8, pp. 74–77. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-osobennosti-korporativnyh-kultur/viewer>; <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16562514t>. EDN: <https://www.elibrary.ru/nyljpr>. (In Russ.)
16. Chechina O.S. Corporate culture. Samara: Samarskii gosudarstvennyi tekhnicheskii universitet, 2009, 52 p. (In Russ.)
17. Gerasimov K.B. Impact of culture on innovative activities. *Creative Economics and Social Innovation*, 2020, vol. 10, no. 3 (32), pp. 52–61. Available at: <https://readera.org/vlijanie-kultury-na-innovacionnuju-deyatelnost-142225758?>. (In Russ.)