

единообразие, объединяет их действия и направляет все усилия на достижение главной цели предприятия.

Внедрение технологии бережливого производства в деятельность специалистов промышленного предприятия процесс не простой, требует переосмысления в целом кадровой работы с этой категорией работников, пересмотра должностных обязанностей, построения в целом функциональных связей. Однако это позволит добиться повышения уровня эффективности работы, сокращая различного типа потери.

Список литературы

1. *Голяков С.М.* Современная производственная система предприятий// Сборник научных статей «Проблемы взаимодействия хозяйствующих субъектов реального сектора экономики России: финансово-экономический, социально-политический, правовой и гуманитарный аспекты» СПб.: Институт бизнеса и права, 2017. 125 с.

2. *Дж. Вумек, Д. Джонс.* Бережливое производство: как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. 472 с.

3. *Кононова В.Ю.* Модернизация производственных систем на российских промышленных предприятиях: оценка влияния, масштабы применимости и содержание государственной политики. М.: Высшая школа бизнеса МГУ, 2017. 59 с.

4. Реализация Лин-программ в России // Генеральный директор. Управление промышленным предприятием. 2016. № 9. 68 с.

5. Бережливое производство: внедрение без сопротивления [Электронный ресурс] / Портал «Финансовый эксперт» :https://delovoymir.biz/berezhlivoe_proizvodstvo_vnedrenie_bez_soprotivleniya.html.

6. Эффективное производство [Электронный ресурс]: http://www.up-pro.ru/library/production_management/lean/lin-tehnologii-saturn.html.

П.А. Свеженцев, научный руководитель *А.В. Ефанов*
Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия

Корпоративная культура и стиль управления организацией

Аннотация. *В статье рассмотрены разновидности корпоративной культуры организации (стихийная и целенаправленная), основные элементы корпоративной культуры, перспективные теории стилей управления организацией.*

Ключевые слова: *корпоративная культура организации, элементы корпоративной культуры организации, стиль управления организацией.*

Корпоративная культура — совокупность моделей поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интегра-

ции, показавших свою эффективность и разделяемых большинством членов организации [2].

В современной организации велико значение корпоративной культуры. Она способствует улучшению психологической обстановки в коллективе, делая процессы и отношения внутри него более предсказуемыми, благодаря чему руководитель может гораздо эффективнее управлять данной организацией. Высокий уровень культуры благотворно отражается на имидже компании, активно способствуя ее развитию. Возникает узнаваемость бренда.

Существует две разновидности формирования корпоративной культуры:

Первая – стихийная. Данный тип характеризуется отсутствием централизации в процессе формирования общего стиля компании. Дресс-код отсутствует, дизайнерское оформление помещений, рабочих мест и оборудования не соответствует какому-либо общему стилю. В таких условиях невозможно создать некий визуальный образ организации. В ней преобладает раздробленность, отсутствует единство, работа коллектива осуществляется хуже, чем если бы существовал некий общий дизайн компании.

Устав организации или другие документы, устанавливающие некие рамки и стандарты в коллективе, ценности организации, ее цели, могут отсутствовать, или игнорируются участниками коллектива. Информационная сфера организации слабо развита. Не издается корпоративная печатная продукция, отсутствуют плакаты, стенды. Каналы связи слабо развиты. По этой причине работники организации не ощущают себя частью единого большого коллектива.

Вторая разновидность корпоративной культуры – целенаправленная. Данный тип, в отличие от стихийного, формируется под воздействием комплексной, системной политики руководства организации, целью которой является создание единой корпоративной культуры во всем коллективе. Данный вид культуры предусматривает высокую степень вовлеченности каждого члена коллектива (от подчиненных, до высшего руководства) в дела компании. Данный эффект формируется под воздействием внутренних, мотивационных факторов, на которые никто извне не способен повлиять, кроме самого человека.

Но в арсенале руководителя остается множество других инструментов, с помощью которых он может добиться желаемого результата. Среди них: грамотное дизайнерское оформление в едином стиле помещений, в которых трудятся работники, рабочих мест и оборудования, наличие дресс-кода. А также наличие налаженной информационной инфраструктуры в организации, под которой подразумевается функционирование каналов связи, издание и распространение среди участников коллектива корпоративной печатной продукции, наличие информационных стендов, плакатов. Также очень важно дать работникам компании возможность проводить при содействии организации совместный досуг, который не в коем случае не должен доставлять морального и физического неудобства участникам коллектива, что является противо-

действующим фактором в формировании чувства общности, которое и является целью данного мероприятия.

Корпоративная культура состоит из следующих элементов:

1. Видение перспектив компании. Данное направление представляет собой прогнозирование того, в как будет развиваться компания в ближайшее время и в долгосрочной перспективе. Это позволяет изменять некоторые элементы структуры компании и достигать определенных результатов.

2. Ценности – идеологическая основа компании, включающая в себя понятия о целях существования конкретной организации, задачах, стоящих перед ее коллективом и основном посыле, который данная организация транслирует в общество посредством, создаваемого ей продукта или услуги.

3. Традиции – обычаи, существующие в коллективе работников некой компании, способствующие сохранению идентичности членов организации как участников единого процесса, зародившегося в момент основания организации.

4. Нормы поведения – уставные нормативы, регламентирующие рабочие взаимоотношения внутри коллектива компании, взаимодействие с партнерами компании и с потребителем продукта или услуги, произведенным данной компанией. Тесно переплетается с этическими нормами, установленными в обществе, в котором организация осуществляет деятельность.

5. Корпоративный стиль – включает в себя оформление элементов, с которыми связывает себя компания, подчиненное единому стилю и создающее единый оригинальный образ организации. Образ может продвигаться через визуальную составляющую (архитектуру, дизайн малых форм, оформление интерьера, логотипы, печатную продукцию, дресс-код), звуковую (регламентированные фразы, которые произносит работник при взаимодействии с клиентом; мелодии, воспроизводимые с помощью аудио техники), визуально-звуковую (некие ролики, демонстрируемые клиентам). Возможен, также, вариант продвижения образа компании с помощью запаха, который, например, может распыляться в каждой торговой точке или офисе компании.

6. Взаимоотношения – в сущности, регламентированные коммуникации между членами коллектива, или департаментами компании, в которой учитываются особенности иерархии организации.

7. Вера в будущее компании и единство коллектива. Данный элемент корпоративной культуры основан на внутренней заинтересованности каждого работника компании в ее росте и развитии, их мотивации трудиться на благо организации.

8. Стратегия ведения диалога – то, посредством чего, компания может эффективно решать конфликты с клиентами, партнерами, другими компаниями и конкурентами. Если организацией выбрана ошибочная стратегия ведения диалога, то результатом будет обострение конфликтов с другими участниками рынка.

9. Люди – работники, на которых может положиться компания, ввиду их заинтересованности в росте и развитии организации, при условии, что они также разделяют ее ценности.

Стиль руководства — это манера поведения руководителя по отношению к подчиненным, чтобы оказать на них влияние и побудить к достижению целей организации [3]. Существует множество типологий стилей управления организацией. К самым известным из них относятся – теория лидерства Курта Левина и теория Ренсиса Лайкерта.

Выдающийся немецкий социальный психолог К. Левин выделял три стиля руководства [1]:

1. Авторитарный – характеризуется жесткостью, отсутствием интереса руководителя к интересам подчиненных, тотальным контролем, высоким уровнем дисциплины и сосредоточением всех полномочий в руках одного человека.

2. Демократический – характеризуется доверительными отношениями между руководителем и подчиненными. В данном случае, подчиненный и руководитель выступают в роли сотрудников, ищущих пути в сложившихся условиях. Является наиболее эффективным стилем руководства, из представленных в данной классификации.

3. Либеральный. Данный стиль характеризуется безответственностью всех участников организации. Отношение руководителя к подчиненному попустительское, как и отношение работника к результатам своей деятельности, ввиду отсутствия контроля со стороны вышестоящих членов коллектива. Как и авторитарный, данный стиль является малоэффективным и не способствующим развитию компании.

По теории американского социального психолога Р. Лайкерта, существует 4 стиля руководства [1]:

1. Эксплуататорско-авторитарный. Основными качествами данного стиля, является взаимное недоверие внутри коллектива, страх и строгая дисциплина.

2. Патерналистски-авторитарный. Руководство позволяет принимать коллективу ограниченные самостоятельные решения. Наказания, чаще всего, не притворяются в жизнь, а остаются на словах.

3. Консультативный. Руководитель принимает стратегические решения и, проявляя доверие, тактические решения делегирует подчиненным.

4. Демократический стиль руководства характеризуется полным доверием, основан на широком привлечении персонала к управлению организацией. Процесс принятия решений рассредоточен по всем уровням, поток коммуникаций идет не только в вертикальных направлениях, но и по горизонтали.

Одной из наиболее современных является модель стилей руководства, предложенная американскими учеными В. Вруман и Ф. Йеттоном. Они, в зависимости от ситуации, особенностей коллектива и характеристики самой проблемы, разделили руководителей на 5 групп по стилям руководства [1]:

1. Руководитель сам принимает решения на основе имеющейся информации.

2. Руководитель сообщает подчиненным суть проблемы, выслушивает их мнения и принимает решения.

3. Руководитель излагает проблему подчиненным, обобщает высказанные ими мнения и с их учетом принимает собственное решение.

4. Руководитель совместно с подчиненными обсуждает проблему, и в результате вырабатывают общее мнение.

5. Руководитель постоянно работает совместно с группой, которая или вырабатывает коллективное решение, или принимает лучшее, независимо от того, кто его автор.

Попытки определения универсального стиля руководства потерпели неудачу, т.к. эффективность руководства зависит не только от стиля управления руководителем, но и от очень многих факторов. Поэтому ответ начали искать в рамках ситуационных теорий. Главной идеей ситуационного подхода было предположение, что управленческое поведение должно быть разным в различных ситуациях. В наше время у руководителей есть уникальная возможность подобрать тот стиль управления, который будет наиболее эффективным в определенном коллективе. При этом на руководителя ложится ответственность, заключающаяся в том, как правильно оценить ситуацию внутри коллектива, с тем, чтобы подобрать подходящий стиль.

Список литературы

1. Виды организационных структур [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://megalektsii.ru/s297t10.html>

2. *Михайлина А.В.* Корпоративная культура и ее влияние на использование человеческих ресурсов в муниципальном управлении // Актуальные проблемы государственного и муниципального управления в условиях глобализационных процессов в мире: сборник трудов конференции. Москва, 25 марта 2015 г. Москва: Изд-во Московский государственный областной университет, 2015. С. 317-320

3. Стили руководства [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/rukovodstvo.html>.

У.А. Сысоева, научный руководитель *А.В. Ефанов*
Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия

Самозанятость дизайнеров: к постановке проблемы

Аннотация. *Статья посвящена такой форме трудовой деятельности как самостоятельная занятость дизайнеров. Рассматриваются положительные и отрицательные моменты уплаты налога на профессиональный доход дизайнеров и работы на себя.*