

Организационная культура предприятия – залог успеха (на примере ОАО «Кленовичи»)

Современная рыночная экономика характеризуется высоким уровнем конкуренции, уже не достаточно иметь престижный диплом, необходимо быть еще и лидером, и профессионалом, обладать харизмой и быть человеком культурным и стремящимся к развитию, организация при этом должна отличаться от всех других, иметь свою собственную культуру. Организационная культура является оболочкой любого предприятия. Определяя состояние социальной системы, в рамках которой все факторы производства преобразуются в конечные результаты, организационная культура предприятия является важнейшим инструментом управления, лежащим в основе построения любой экономической модели деятельности.

Каждая организация стоит перед необходимостью формирования собственного облика - определения своих целей и ценностей, стратегии качества производимой продукции и оказываемых услуг, цивилизованных правил поведения и нравственных принципов работников, поддержания высокой репутации фирмы в деловом мире. Все это, именуемое организационной культурой, является задачей, без решения которой нельзя добиться эффективной работы компании.

Организация — это сложный организм, основой жизненного потенциала которого является организационная культура: то, ради чего люди стали членами организации; то, как строятся отношения между ними; какие устойчивые нормы и принципы жизни и деятельности организации они разделяют; что по их мнению хорошо, а что плохо, и многое другое из того, что относится к ценностям и нормам. Все это не только отличает одну организацию от другой, но и существенно предопределяет успех функционирования и выживания организации в долгосрочной перспективе. Организационная культура не так явно проявляется на поверхности, ее трудно «пощупать». Если можно говорить о том, что организация имеет «душу», то этой душой является организационная культура. [1].

Открытое акционерное общество «Кленовичи» Крупского района Минской области образовано и зарегистрировано решением Минского облисполкома №848 от 31 августа 2004 года. Оно является правопреемником СПК «Кленовичи» и присоединенной к нему сельскохозяйственной организации Крупского района СПК «Бобр-агро».

Участники общества:

- ОАО «Управляющая компания холдинга «Агрокомбинат «Мачулищи»
- Крупский районный исполнительный комитет
- Физические лица.

Девиз ОАО «Кленовичи»: Единственный способ определить границы возможного – выйти за эти границы. **Слоган :** «Мы работаем для Вас и только ради Вас». **Основная цель общества** – извлечение прибыли.

Задачи общества:

- налаживание эффективной системы управления;
- укрепление материально-технической базы,
- укомплектование квалифицированными кадрами,
- налаживание высокоэффективного сельскохозяйственного производства с использованием прогрессивных форм организации труда и управления.

ОАО «Кленовичи» самое серьезное внимание уделяется выполнению поставленных задач по возрождению белорусского села, налаживанию высокоэффективного сельскохозяйственного производства, созданию новых рабочих мест, приближению жизненных стандартов сельского населения к городским. На территории хозяйства находится 28 населённых пунктов, в которых проживает 2560 человек. Имеется развитая

инфраструктура: физкультурно-оздоровительный комплекс, школа, детский сад, дом культуры, торговый центр с магазином, столовой, рестораном, гостиницей.

Успех ОАО «Кленовичи» складывается из усилий сотрудников различных подразделений, направленных на достижение общих целей лидерства в отрасли. [2].

Положительная организационная культура способствует эффективному решению проблем и повышению производительности. Отрицательная - источник сопротивления и суматохи, она может препятствовать эффективному процессу принятия решений.

Большую роль играет стиль управления, принятый руководством предприятия. Стиль управления в ОАО «Кленовичи» сочетает жесткость и демократию, причем в тех пропорциях, которые необходимы, чтобы обеспечить успешную работу.

Принципы организации работы в ОАО «Кленовичи».

1. Дисциплина и производительность труда – залог успешной работы.

Михаил Радько, директор ОАО «Кленовичи»: *«Не надо ничего жалеть: ни наказаний, ни поощрений. Подход к пьянству у меня очень серьезный: когда замечаю на работе выпивших – наказываю сурово, никого не жалею. В результате люди начали работать больше и лучше, стали распахивать новые земли. Заслуги людей, их трудолюбие я замечал всегда. Стала расти зарплата. Но все знают: ее нужно было отработать от и до. И все работают, много и качественно».*

2. Четкое распределение обязанностей и ответственности.

«...Одному всех проконтролировать невозможно, особенно когда на предприятии 870 человек. И, несмотря на то, что я стараюсь быть в курсе всего, что происходит в хозяйстве, я бы не успел это сделать, работай я даже 28 часов в сутки. Нужно распределять обязанности, поэтому каждый человек у нас отвечает за свое направление деятельности. Спрашиваю с человека я очень серьезно. Чувствуя на себе ответственность за свою работу, специалисты начинают делать ее лучше».

3. Результат работы зависит от каждого сотрудника.

«...В сельском хозяйстве конечный результат – заслуга каждого сотрудника. Все начинается с механизации: если нормально работает механизация, будет нормально работать и агрономическая служба, хорошо сработали агрономы, значит, есть качественные корма, значит, есть результат в животноводстве. Все мы звенья одной цепи, и если одно звено расшаталось, цепь порвется и конечный результат будет плохой».

4. Сельское хозяйство учится жить по законам рынка. Занимается сбытом своей продукции, налаживает службы маркетинга, учится конкурировать.

5. Производство экологически чистого продукта.

«...Сейчас у всех производителей птицы остро стоит вопрос сбыта продукции. Понятно, что экологически чистый продукт сможет лучше конкурировать на рынке бройлеров, ведь как показала практика, конкурировать по цене - не самый лучший выход для этого сегмента рынка».

6. Каждый сотрудник отвечает за свою работу

«...Если получается – работайте, если нет – будьте готовы отвечать».

7. Продукция должна отличаться. Ценой, качеством или визуально – это зависит от маркетинговой политики предприятия.

Мероприятия по поддержанию организационной культуры:

1. Корпоративные праздники, спартакиады, активный отдых. Гордость хозяйства – лучший спорткомплекс в районе, здесь и два бассейна, и тренажерный зал, и бильярдная, и игровой зал для мини футбола, а также несколько малых залов для фитнеса. Уже построено придорожное кафе, где есть четыре гостиничных номера. Планируется строительство агроусадьбы около озера Обида.

2. Спорт сближает. Совместные соревнования – лишний повод обсудить проблемы в коллективе.

3. Широкое внедрение корпоративной символики. Опыт лучших организаций показывает, что широкое внедрение корпоративной символики (в упаковке готовой

продукции, в рекламных материалах, в оформлении предприятия, транспортных средств, рабочей одежде, сувенирной продукции) положительно отражается на отношении персонала к компании, повышает приверженность работников своей организации и чувство гордости за свою организацию.

4. Определение традиций и порядков.

5. Критерии определения вознаграждений и статусов.

6. Моделирование ролей, обучение и тренировка.

7. Установление системы стимулирования.

8. Реагирование руководства на критические ситуации и организационные кризисы

[3].

Успех предприятия может в большей степени зависеть от силы корпоративной культуры, чем от многих других факторов организации. Сильные корпоративные культуры облегчают коммуникацию и процесс принятия решений, упрощают сотрудничество на основе доверия. Наиболее важным фактором сильной корпоративной культуры является её неформальное воздействие на молодых работников, опосредованное развитие их личных и профессиональных качеств через работающие правила и нормы, носителем которых является персонал, его ведущие специалисты и опытные “кадровые” работники.

Список использованных источников

1. Виханский, О.С., Наумов, А. И. Менеджмент: 3-е изд. / О. С. Виханский. А. Н. Наумов. – М.: Экономист. 2003. – 532 с.

2. Программа социально-экономического развития ОАО «Кленовичи» на 2014 год.

3. Информационное агентство "Агроньюс" // "Кленовичи" ОАО: Блог - Михаил Радько, директор ОАО «Кленовичи» [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://klenovichi.agronews.by/profile/blog/news/?id=2874> – Дата доступа: 10.11.14