

УДК 331.103

Чернова Ксения Олеговна, *Магистр, ФГБОУ ВО «Национально исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», Россия, Саранск*
E-mail: ksenya.life@yandex.ru

Научный руководитель: Ерастова Александра Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент ФГБОУ ВО «Национально исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», Россия, Саранск

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация: организационная культура является важным элементом в деятельности малого бизнеса, как и для других компаний. Для того чтобы компания процветала, и правильно развивалась необходимо рассмотреть особенности организационной культуры компании как в частности так и в целом. В данной статье приведен конкретный пример компании ООО НПЦ «Манометр» г. Саранск, в сравнении с общероссийскими показателями.

Ключевые слова: малое предпринимательство, организационная культура, особенности.

Chernova Ksenia Olegovna, *Master, FSBEI HE "National Research Mordovia State University. N.P. Ogarev ", Russia, Saransk*
E-mail: ksenya.life@yandex.ru

Scientific adviser: Erastova Alexandra Valeryevna, PhD in Economics, Associate Professor FSBEI HE "National Research Mordovia State University. N.P. Ogarev ", Russia, Saransk

FEATURES OF ORGANIZATIONAL CULTURE OF SMALL BUSINESS

Annotate: organizational culture is an important element in the activities of small businesses, as well as for other companies. In order for the company to flourish and develop properly, it is necessary to consider the features of the organizational culture of the company in particular and in General. This article provides a specific example of the company LLC SPC "Manometer" Saransk, in comparison with the all-Russian indicators.

Keyword: small business, organizational culture, features.

Для того чтобы экономика страны нормально функционировала и развивалась необходимо задействовать малое предпринимательство. Если улучшать, поддерживать

сильные и сгладить слабые стороны, а так же изучать условия способствующие развитию малого предпринимательства, то это позволит создать специальные условия для его процветания. Результатом будет являться улучшение уровня благосостояния граждан и всей экономики страны.

К субъектам малого предпринимательства относятся коммерческие организации, где доля участия субъектов Российской Федерации, некоммерческих организаций и различных фондов в уставном капитале фирмы не превышает 25%, а «сумма выручки от реализации им (предприятием) товаров в течение предыдущих четырех кварталов не превышала размера, равного 1000-кратному МРОТ». Также субъектами малого бизнеса выступают физические лица, которые занимаются предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

Упрощенная система налогообложения выступает еще одним отличительным признаком малого бизнеса. Это особый налоговый режим, при котором происходит снижение налоговой нагрузки на субъекты малого предпринимательства и вместе с этим используется ведение бухгалтерского и налогового учетов.

В России малый бизнес, в сравнении в другими странами, развит не в полной мере. По мнению некоторых экономистов, причинами этого выступают наше законодательство, наличие административных барьеров, а также недостаточная финансовая поддержка. Выходом из данной ситуации выступает предложение о повышении эффективности региональных программ, которые направлены на развитие малого бизнеса. Но, многие руководители недооценивают роль организационной культуры своих предприятий, что приводит к снижению эффективности их деятельности.

Организационная культура малого предприятия, как и всех остальных предприятий в большей степени формируется за счет ценностных ориентиров и установок, которые являются доминирующими в обществе.

Существуют определенные черты, выделенные исследователями, которые характеризуют организационные культуры таких стран, как Япония, США и Россия. Методика голландского ученого Г. Хофстеде раскрывает данные черты более подробно через следующие индексы измерения организационной культуры: дистанция

власти, коллективизм / индивидуализм, мужественность / женственность, а так же избегание неопределенности, долгосрочность / краткосрочность ориентации и патернализм.

Людам с русским менталитетом трудно принять западноевропейскую модель общества, важным отличительным моментом является индивидуальность каждого отдельного человека, которая считается безусловной ценностью. Но и главенствующей роли коллектива над индивидуумом, как это свойственно, например японской нации, у русских нет. Представителям русской национальности удалось найти «золотую середину» между коллективизмом и индивидуализмом – большое значение уделяется общественному мнению и роли отдельного члена в коллективе, но при этом ценится индивидуальность и неповторимость личности каждого человека.

Предприятия малого бизнеса отличается от других предприятий тесным межличностным взаимодействием, как внутри организации, так и с потребителями. Для того чтобы работники малого бизнеса представляли собой единую команду, необходимо чтобы все сотрудники были ознакомлены и действовали в соответствии с едиными нормами, ценностями и корпоративным поведением.

Рассмотрим особенности организационной культуры малого бизнеса на примере одного из предприятий Республики Мордовия в сравнении с общероссийскими культурными тенденциями.

ООО Научно - производственный центр «Манометр» ведет свою деятельность с 2004 года. Компания умеет удерживать свои позиции на рынке благодаря большому энтузиазму и опыту своих сотрудников, а так же высокому качеству продукции и надежным отношениям с потребителями. На данный момент компания представляет обширный список товаров и успешно сотрудничает с предприятиями на всей территории Российской Федерации и в странах СНГ.

Компания занимается производством металлических сильфонов, различных термосистем и приборов для измерения малых давлений напоромеров, тягонапоромеров, тягомеров, дифференциальных манометров, а также технических манометров. Эти приборы широко используются в обогревающих и охлаждающих

системах, машиностроении, металлургии, газовой, нефтеперерабатывающей, химической, пищевой промышленности, а так же других отраслях.

Организация технологических процессов с использованием комплектующих как российского производства, так и наших зарубежных партнеров, позволяют компании добиваться высокого качества приборов при достаточно низкой цене. ООО НПЦ «Манометр» стремится в разумных пределах локализовать производство, что позволит в будущем создать дополнительные высококвалифицированные рабочие места. Краткая характеристика преимуществ и недостатков компании представлена в таблице 1.

Таблица 1 – SWOT-анализ ООО НПЦ «Манометр»

<i>Сильные стороны</i>	
Конкурентные преимущества	В нашем регионе больше нет компаний, которые производят измерительные приборы.
Отсутствие текучести кадров	Большинство сотрудников данной компании работают в ней со дня ее основания.
Опыт работы компании	ООО НПЦ «Манометр» было основано в 2004г., и соответственно ведет свою успешную деятельность на протяжении 14 лет.
Заказы от оборонных предприятий	ООО НПЦ «Манометр» успешно сотрудничает с ведущими авиационными и космическими предприятиями России.
<i>Слабые стороны</i>	
Зависимость доходов предприятия от заказов	Единственным источником прибыли ООО НПЦ «Манометр» являются заказы.
Сложность нахождения комплектующих частей	Данная компания не производит комплектующие части, она вынуждена их покупать, но некоторые запчасти бывает довольно трудно найти.
Слаборазвитый менеджмент	Управление основано не научном подходе, и отсутствует соответствующий персонал
<i>Возможности</i>	
Расширение компании	Предприятие на 2018 г. насчитывает в своем штате 12 человек. В таком составе нелегко работать над несколькими заказами сразу.
Создание дополнительных привилегий для клиентов	Дополнительные скидки или бонусы, как постоянным клиентам, так и новым.
<i>Угрозы</i>	
Отсутствие клиентов, заказов	Предприятие может обанкротиться, если заказов будет мало, так как это единственный источник прибыли.
Иностраные конкуренты	Банкротство компании, если у конкурентов будет более качественный товар по низкой цене.
Экономический кризис	Отрицательное изменение в экономике значительно отразится на деятельности предприятия.

Из таблицы 1 видно, что рассматриваемое предприятие обладает рядом сильных сторон, а также возможностями для его развития. Но при этом существуют и недостатки, которые мешают полностью использовать потенциал ООО НПЦ «Манометр». Помимо этого, существуют угрозы, относящиеся к категории с высокой степенью вероятности, которые со временем могут перейти в разряд слабых сторон.

Проведенное исследование особенностей культуры ООО НПЦ «Манометр» по методике Г. Хофстеде дало следующие результаты, которые представлены ниже в таблице 2.

Таблица 2 – Индексы параметров организационной культуры ООО НПЦ «Манометр»

Избежание неопределенности (ИН)	72,5	<i>Высокое</i>
Коллективизм/индивидуализм (КИ)	57	<i>Коллективизм</i>
Дистанция власти (ДВ)	74	<i>Выше среднего</i>
Патернализм (П)	70	<i>Высокий</i>
Мужественность/женственность (МЖ)	62	<i>Мужественность</i>

По результатам данной таблицы можно сказать, что в ООО НПЦ «Манометр» довольно высокая степень избежания неопределенности, подразумевает возникновение не только повышенной стрессогенной обстановки для человека, но у него также высвобождаются большие объёмы энергии. В ООО НПЦ «Манометр» преобладает такой тип культуры как коллективизм. Дистанция власти подразумевает авторитарность руководства. Индекс патернализма выше среднего, что говорит о диктовке сотрудникам модели поведения. Мужественность предполагает доминирование в организации традиционных мужских ценностей, таких как успех, настойчивость в достижении цели, деньги, материальные ценности, материальное благополучие. Уровень патернализма находится на высоком уровне, что говорит о диктовке модели поведения работниками своему руководству.

Сравним полученные результаты с общероссийскими показателями по приведенным параметрам (рисунок 1)

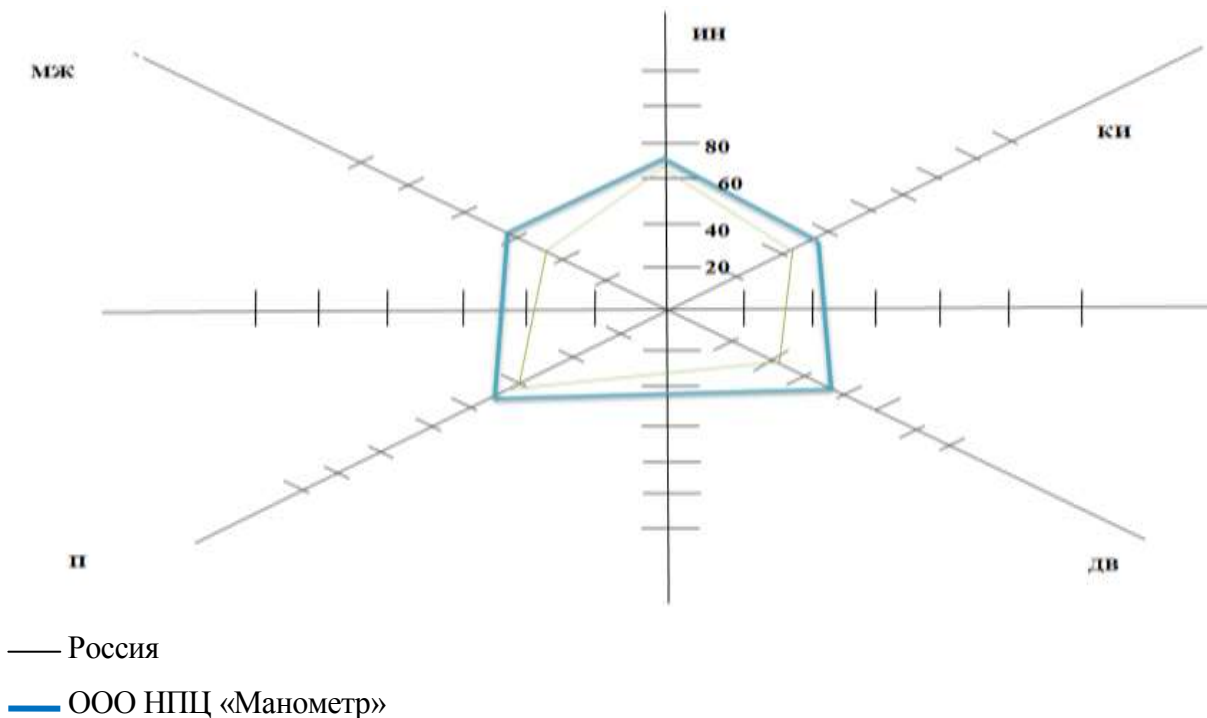


Рис. 1 Параметры организационной культуры ООО НПЦ «Манометр» в сравнении с общероссийскими показателями

На представленном рисунке видно, что различия в организационной культуре исследуемого предприятия от общероссийских тенденций наблюдается по таким показателям, как «дистанция власти» и «мужественность/женственность». Это подчеркивает то, что в данном малом предприятии мужские черты преобладают над женскими и значение в большей степени придается властным отношениям.

Когда организация начинает составлять план по поводу своего развития она должна учитывать определенные факторы организационной культуры. В анализе, который был проведен выше, одной из слабых сторон и а так же угрозой для исследуемого предприятия являются заказы, так как их отсутствие может привести к банкротству. Поэтому доходы нужно увеличивать за счет расширения линейки числа потребителей, а так же за счет расширения сферы деятельности.

В конце статьи, хотелось бы предложить рекомендации для руководителей малых предприятий. Им необходимо настроить систему подбора кадров в организацию, а так же выявить тех кандидатов, чей профессионально-квалификационный потенциал и личностные черты в значительной мере отвечают требованиям рабочего места и не имеют противоречивых черт к культуре организации.

Поведение руководства должно быть изменено и ориентировано на повышение значимости и ценности своих сотрудников для предприятия. Кроме того, со стороны руководства необходимо повышение внимания к вопросам собственной организационной культуры, ее диагностике, определению соответствия стратегии развития и корректировке. Компания должна стремиться к тому, чтобы весь ее персонал был вовлечен в организационную жизнь. Все эти и другие меры должны быть направлены на одну общую цель – повышение производительности организации, за счет удовлетворения и достижения целей, как работников, так и руководства.

Библиографический список

1. Балащенко, В. Ф. Финансовый менеджмент / В. Ф. Балащенко, Т. Е. Бондарь. - М.: ТетраСистемс, 2014. - 272 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://elibrary.ru>.
2. Бланк, И. А. Управление финансовыми ресурсами / И. А. Бланк. - М.: Омега-Л, 2017. - 158 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.alleng.ru>.
3. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. — 4-е изд., доп. и перераб. — М.: Институт новой экономики, 2012. — 1248 с. (биб. каталог)
4. Грошев И. В., Емельянов П. В., Юрьев В. М. Организационная культура. М.: Юнити-Дана, 2004. - 288 с. (биб. каталог)
5. Грошев И. В. Организационная культура в системе менеджмента современного российского предпринимательства: дис. д-ра экон. наук: 08.00.05. Тамбов: РГБ, 2007. -493 с. (инф. издание)
6. Дафт Р. Теория организации / пер. с англ. под ред. Э.М. Короткова. - М.: Юнити, 2006. 736 с. (эл. инф. базы)
7. Ерастова А. В., Ерастова В. П. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ // Научное обозрение. Экономические науки. – 2016. – № 5. – С. 20-24.
8. Косиняева Н. С., Сидорин А. А. Основные направления оптимизации денежных потоков // Молодой ученый. — 2016. [Электронный ресурс] Режим доступа: URL <https://moluch.ru/archive/116/31676/>.

9. Копейкин Г. К. Организационная культура как инструмент управления корпоративным поведением персонала // Управление персоналом. СПб.: Питер, 2003. – с. 67-79.
10. Смирнов Э. А. Основы теории организации / Смирнов Э. А. – М.: Москва, 1998.