



УДК 338.24

© Ли Хунлинь

**ПРИВЕДЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ  
В СООТВЕТСТВИЕ СО СТРАТЕГИЕЙ**

*Аннотация: в статье рассматриваются основные аспекты организационной культуры как одного из сложных элементов внутренней среды организации. Сделан вывод о том, что организационная культура является фактором, оказывающим влияние на выполнение стратегических планов. Соответственно необходимо учитывать уровень организационной культуры при анализе и разработке стратегии организации.*

*Ключевые слова: стратегия, организационная культура, внутренняя среда, внешняя среда.*

© Li Honglin

***BRINGING THE ORGANIZATIONAL CULTURE  
IN ACCORDANCE WITH THE STRATEGY***

*Abstract: The article discusses the main aspects of the organizational culture as one of the most difficult elements of the internal environment of the organization. It is concluded that the organizational culture is a factor affecting the implementation of strategic plans. Accordingly, it is necessary to take into account the level of organizational culture in the analysis and development of the organization's strategy.*

*Keywords: strategy, organizational culture, internal environment, external environment.*

Стратегический менеджмент как одна из управленческих концепций позволяет хозяйствующим субъектам, а также государственным органам власти и местного самоуправления осуществлять эффективную деятельность.



В новой экономике России, начиная с 90-е годов XX века началось активное внедрение принципов стратегического планирования в деятельность хозяйствующих субъектов и государственного управления. Основой для этого стали опыт советского долгосрочного планирования, а также исследования зарубежных ученых, прежде всего И. Ансоффа, Г. Минцберга, А.А. Томпсона, А. Дж. Стрикленда и др.

В настоящее время наиболее разработанными являются такие разделы стратегического менеджмента как SWOT-анализ; стратегическое планирование. Одновременно с этим, такие этапы стратегического менеджмента как выполнение стратегии и корректировка стратегических планов остаются недостаточно формализованными и наиболее сложными.

Современные исследователи в области стратегического менеджмента выделяют несколько факторов, оказывающих влияние на выполнение стратегии

[1, 2, 3]:

- наличие нескольких ключевых достоинств организации – сильных сторон, на которые можно будет опираться при выполнении стратегии;
- приведение организационной структуры в соответствие со стратегией;
- приведение организационной культуры в соответствие со стратегией.

Если организационная структура, формируя границы структурных подразделений, определяя формальные связи между ними, выступает как бы остовом, «скелетом» организации, то своего рода ее «душой», устанавливающей невидимые связи между членами организации, является организационная культура. Однако если организационная структура относительно легко может быть подвергнута изменениям, то перемены в организационной культуре представляют собой очень сложную, а в некоторых случаях – и невыполнимую задачу.

В современной литературе по менеджменту существует множество определений понятия организационная культура [1, 2, 3]. В целом



организационную культуру можно определить как принимаемую большей частью организации философию и идеологию управления, ценностные ориентации, верования и нормы, лежащие в основе отношений и взаимодействий как внутри организации, так и за ее пределами.

Различают два аспекта организационной культуры: субъективный и объективный.

Субъективная организационная культура включает ряд элементов «символики» духовной части: мифы, истории об организации, ее герои, лидеры, обряды и ритуалы, организационные табу. Именно субъективная организационная культура служит основой для формирования всей управленческой культуры.

Объективную организационную культуру обычно связывают с физическим окружением: месторасположение организации и дизайн офиса, оборудование и мебель, цвета и объем пространства, комнаты приема, стоянки для автомобилей, сами автомобили. Все это в той или иной степени отражает ценности, которых придерживается данная организация.

На разработчиках стратегии лежит ответственность за выбор такой стратегии организации, которая не противоречила бы особенностям и неотъемлемым частям корпоративной культуры. Как только стратегия определена, менеджеры, занимающиеся ее проведением, должны позаботиться о том, чтобы привести корпоративную культуру в строгое соответствие с выбранной стратегией и удерживать ее в дальнейшем в таком состоянии.

Если организационная культура противоречит основным принципам деятельности, необходимым для достижения стратегического успеха, то в нее нужно внести соответствующие изменения, иначе усилия по реализации стратегии окажутся напрасными.

Таким образом, организационная культура является одним из сложных элементов внутренней среды организации, фактором, оказывающим значительное воздействие на выполнение стратегических планов. Соответственно необходимо



учитывать уровень организационной культуры при анализе и разработке стратегии организации.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия : пер. с англ. / И. Ансофф . – СПб. : Питер, 1999 . – 416 с.
2. Бутова Т.Г. Формирование стратегий развития организаций культуры на основе маркетинговых технологий: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Московский государственный университет сервиса. – Москва, 2005.
3. Намханова М.В. Стратегия интегративного развития потребительской кооперации Республики Бурятия // Вопросы экономики и права. – 2012. № 45. – С. 143-147.

Автор: Ли Хунлинь

Место учебы: Бурятский государственный университет, ИЭУ, кафедра менеджмента, гр. 11250м

Научный руководитель: д.э.н., проф. кафедры менеджмента М.В. Намханова.

Author: Li Honglin

Place of study: Buryat State University, IED, Department of Management, c. 11250m

Supervisor: prof. management Department

MV Namhanova.