

**Корпоративные традиции как элемент организационной культуры
современного российского предприятия**

Научный руководитель – Плотникова Елена Борисовна

Накарякова Александра Игоревна

Студент (бакалавр)

Пермский государственный национальный исследовательский университет,
Философско-социологический факультет, Кафедра социологии и политологии, Пермь,
Россия

E-mail: alexa-naka@yandex.ru

Сегодня интерес к корпоративной культуре как инструменту управления предприятием постепенно возрастает. Так, З.П. Румянцева считает, что организационная культура - "это вырабатываемые организацией совместные ценности, социальные нормы, установки поведения, которые регламентируют действия личности" [Rumyantseva, 2007, с.174]. В современной теории организаций, частью которой является теория корпоративной культуры, особое значение придаётся традициям. Традиции рассматриваются как фактор сплочения, регуляции деятельности коллектива и обязательный элемент корпоративной культуры любой организации. Так, педагог А.С. Макаренко заложил основы для исследования феномена традиций и их значения для формирования коллектива. "Традиции для выдающегося педагога - это "фонд коллективных ценностей", создающих определённую "индивидуальность коллектива", отличающую его от любого другого" [Vueva, 2009, с. 28]. Итак, сегодня компании имеют собственные традиции, которые не могут быть переняты другими организациями.

Было проведено исследование в стиле case study, объектом исследования выступила нефтяная компания ООО "ЛУКОЙЛ-Пермь". Цель исследования - выявить, как реализуется социальная политика, а именно социальные программы на современном промышленном предприятии. При использовании качественных методов в case study необходимо соблюдать принципы триангуляции для повышения надёжности данных. В исследовании была использована объектная триангуляция, предполагающая «глазами» разных социальных групп оценить эффективность социальных программ, реализованных на предприятии.

ООО "ЛУКОЙЛ-Пермь", являясь дочерней структурой ПАО "ЛУКОЙЛ", имеет собственные традиции отличные от остальных предприятий группы "ЛУКОЙЛ". Исходя из данных интервью традиции компании можно разделить на три группы: традиции, связанные с профессиональной деятельностью работников, традиции, приуроченные к государственным праздникам, участие предприятия в жизни общественности. К первой группе традиций относятся такие мероприятия как: посвящение в нефтяники, производственные соревнования среди цехов добычи нефти и газа, смотры-конкурсы по охране труда и окружающей среды, трудовые вахты между цехами. Ко второй группе относятся ежегодные корпоративные вечера для работников в связи с профессиональным праздником, Новым годом, торжественные вечера ко Дню победы и Дню пожилого человека. Также сотрудников поздравляют с государственными праздниками и юбилеями. Третью группу составляют оказание благотворительной помощи местному сообществу и ежегодное участие в Первомайской демонстрации коллектива "ЛУКОЙЛ-Пермь". Например, в компании ежегодно проводятся конкурсы профессионального мастерства. Такие конкурсы проводятся ежегодно на уровне ООО "ЛУКОЙЛ-Пермь" (как внутри структурного подразделения,

так и на уровне всего Общества Перми для победителей внутрицехового конкурса) и каждые два года среди предприятий группы "ЛУКОЙЛ". Также ежегодно проводят вахты-эстафеты среди цехов добычи нефти и газа, они соревнуются в производственных достижениях, охране труда и промышленной и экологической безопасности. Работники активно принимают участие в традиционных мероприятиях компании, если это не противоречит рабочему процессу или целевой аудитории мероприятия. *"Конечно, как не ходить?! Ну, если не на рабочем месте, получается иногда так, что я, например, в ночную смену работаю, какой мне праздник?...я там не была, но вот там бывают те, кого только посвящают, но это вновь прибывшие работники, молодые специалисты. Это все проводится на уровне генерального директора в Перми, то есть очень массовое, такое вот большое мероприятие, обливают нефтью"* (из интервью). Отвечая на вопрос: "Какие мероприятия являются традиционными для Вашего предприятия?", работники сомневаются, так как не ассоциируют некоторые проводимые мероприятия с традициями, воспринимают их как данность. Даже специалисты отдела социальных программ полагают, что *«это, наверное, так исторически сложилось. Просто оно вот есть и есть»* (из интервью).

Руководители социальных программ отмечают, что традиции в компании обеспечивают преемственность поколений, сплочение коллектива, не зря девиз компании "ЛУКОЙЛ-Пермь" - "ЛУКОЙЛ - единая семья". Сотрудники компании видят положительный вклад традиций в развитие предприятия, они отмечают, что *"все традиции ... ежегодно поддерживаются, никого не забывают, и пенсионеров сюда же привлекают. То есть всё на высшем уровне"* (из интервью).

В современной компании традиции создают и поддерживают имидж организации, являются средством социального наследования, связующим звеном всех членов предприятия. Следовательно, значимость традиций в формировании социальной политики и корпоративной культуры компании велика. Именно традиции выполняют регулятивную, аксиологическую, познавательную и другие функции, это приводит к тому, что *"люди друг в друге видят определённую поддержку, друга, помощника... люди с удовольствием идут на работу, зная, что там хороший коллектив..."* (из интервью).

Источники и литература

- 1) Бобровский С.В. Культура управления организационным развитием предприятия// Аналитика культурологии. №7. 2007. С. 1-7
- 2) Румянцева З. П. Общее управление организацией// Теория и практика. М.: Инфра-М, 2007. 304 с.
- 3) Буева И.И. Роль традиций в формировании корпоративной культуры образовательного сообщества// Известия ВГПУ. №4. 2009. С. 26-30