**Введение**

Каждая организация имеет свою философию. Слово «Философия» происходит из древнегреческого языка и обозначает любовь к мудрости, стремление к познанию, к наукам. Первая часть слова, «фило», происходит от «филео» – «люблю», и встречается во многих словах, обозначающих привязанность, любовь, дружеское расположение, влечение к чему-нибудь. «София» – слово, обозначающее мудрость, знание, понимание. [1, c. 3].

Таким образом, когда человек пытается найти ответ на вопрос, каково его предназначение в жизни, стремится к пониманию сути вещей, выступает философом.

Компания, корпорация, да и любая организация в целом – это тот же живой организм, который, как и человек, рождается, развивается, взрослеет, испытывает сложности, достигает успеха. И так же ищет ответы на вопросы: «Какова цель существования компании?», «Какой организация будет через 10–15–20 лет?», «Какие обязательства несет организация перед обществом?» Отвечая на эти вопросы, организация формулирует свою философию – идеологическую основу. Это помогает ей определить свою уникальность на рынке, обозначить приоритеты в деятельности и развитии, обеспечить единое понимание целей, стоящих перед организацией.

Философия организации – это совокупность смыслов, ценностей и целей деятельности работающих в ней людей, это основополагающие установки, в соответствии с которыми организация осуществляет свою деятельность. Она может включать в себя такие составляющие, как миссия, видение компании, ценности, ключевые компетенции компании, обязательства компании перед заинтересованными группами.

И руководители организаций, и предприниматели все чаще говорят о необходимости для возглавляемых ими структур иметь сильную, продуманную корпоративную идеологию. Они считают ее одним из важнейших факторов роста организации. И это естественно, так как идеи в силу направленности на интеллектуальное восприятие служат формой представления и разъяснения целей, принципов и задач управления, ценностей, норм, правил, стереотипов поведения и взаимоотношений в коллективе. С их помощью формируются настроения, вкусы, предпочтения и иные элементы социальной психологии в организации.

В своей контрольной работе я раскрою в целом понятие философии организации, выделю основные ее элементы, опишу типы и классификации философий организации, а также представлю философию организации в современных условиях.

**1. Что такое философия организации**

Философия организации – совокупность внутриорганизационных принципов, моральных и административных норм и правил взаимоотношений персонала, система ценностей и убеждений, воспринимаемых всем персоналом, подчиненная глобальной цели организации. Соблюдение философии гарантирует успех и благополучие во взаимоотношениях персонала и, как следствие, эффективное развитие организации.

В философии организации заложено объяснение существования и деятельности организации, она дает картину управления и основополагающие представления о том, чем собственно организация предприятие должна являться.

Философия организации описывает: хозяйственную систему организации – кто мы? Цель организации – чего мы хотим? Сферу деятельности – что мы делаем?. В философии организации конкретизируются основные ценности, которые для сотрудников должны служить ориентиром всей их деятельности.

Философию организации можно определить еще и как совокупность внутрифирменных принципов и правил взаимоотношению рабочих и служащих, своеобразная система ценностей и убеждений, воспринимаемая добровольно или в процессе воспитания всем персоналом предприятия. Можно сказать проще – это «моральный кодекс поведения на предприятии». [2, c. 50].

Философия организации, ее духовный мир, определен совместным поиском лучшего решения вместо несговорчивости, стремления к власти или соперничества. Это духовный мир недовольства достигнутым и беспокойства, поиска нового и лучшего. Это удается только тогда, когда допускается множество мнений, терпеливо относятся к отклонениям и другим позволяют быть другими. Ведь именно из многообразия вырастает новое [2, c. 22].

Российская философия бизнеса весьма многообразна и зависит от формы собственности, региональных и отраслевых особенностей и величины предприятия, акционированные на базе государственных, сохраняют свои традиции четкой дисциплины, коллективизма и хозяйственности, повышения уровня жизни работников и сохранения социальных благ и гарантий сотрудников в новых условиях хозяйствования.

Философия организации устанавливает совокупность внутриорганизационных принципов и правил взаимоотношений персонала. Это система ценностей и убеждений, воспринимаемая добровольно или в процессе трудового воспитания всем персоналом организации. Такой моральный кодекс поведения внутри организации гарантирует успех и благополучие, сокращение конфликтных ситуаций, рост имиджа организации. Несомненно, что многие вопросы философии организации нашли отражение в ее программных и нормативных документах. Однако единый свод философских утверждений необходим и позволяет:

– строго регламентировать служебные отношения между сотрудниками, сотрудниками и покупателями, поставщиками и т.п.;

– ускорить адаптацию вновь принимаемых работников;

– стандартизировать взгляды на самоуправление, выборность руководства, единоначалие, роль трудового коллектива в управлении и т.д.;

– узаконить или регламентировать политику собственника в отношении персонала и организации в целом;

– сохранить или упрочить конкурентоспособность организации независимо от возможных изменений в ее руководстве.

При разработке философии организации необходимо основываться на действующих нормативных актах (Конституции РФ, Гражданском кодексе, Кодексе законов о труде, Декларации прав человека и т.д.), Уставе и коллективном договоре организации, особенностях национальной и региональной культуры, мировом и российском опыте лучших компаний. Философия организации должна учитывать: национальный состав сотрудников, региональную специфику (город, поселок, село и др.), тип производства, отрасль, количественный состав персонала, материальный и культурный уровень жизни, личные убеждения собственника и руководителя организации.

Каждая промышленно развитая страна мира имеет свои отличительные особенности в формулировании философии бизнеса. В российских условиях лишь крупные предприятия, сохранившиеся или созданные на базе государственной собственности, имеют свою историю приоритеты работы с персоналом, традиции четкой дисциплины, социальные гарантии. Для большинства организаций малого и среднего бизнеса характерно полное отсутствие собственной философии, что способствует жесткому и не всегда гуманному отношению к персоналу со стороны собственника и максимальному ограничению демократизации управления.

Примерная философия организации, как правило, определяет:

* цели и задачи организации,
* декларацию прав сотрудника,
* что поощряется и запрещается,
* деловые и нравственные качества,
* условия труда и организацию рабочих мест,
* оценку и оплату труда,
* социальные блага и гарантии,
* возможности реализации увлечений, условия отдыха.

**2. Основные элементы философии организации**

Опыт процветающих организаций свидетельствует о том, что основной замысел деятельности организации часто имеет большее значение, чем технология, финансовая база и организационная структура.

Предпринимательская философия в сочетании с мотивационной идеей определяет основные направления развития организации. Послание, устанавливающее границы деятельности, обычно публикуется в печати. В нем указывается область деятельности, отвечающая запросам потребителей, описываются рынки сбыта продукции и технология ее изготовления. Послание также может содержать изложение способов финансирования организации, осуществления инноваций, перечень прав работников и акционеров и т.п.

Основной замысел и философия организации необходимы для установления стратегических целей владельцев организации, ее менеджеров, работников, а также для завоевания доверия заказчиков и остальных заинтересованных субъектов с тем, чтобы не возникал конфликт их интересов. Кроме того, стратегические цели крупных организаций должны учитывать влияние общего и непосредственного окружения.

Четко сформулированное послание, предпринимательская философия и основной замысел – не единственные источники информации для формирования стратегических целей. Чрезвычайно важна информация о внутренней и внешней среде, предполагаемой динамике рынка, конкуренции и остальных факторах окружающей обстановки.

Философия предприятия включает в себя следующие элементы:

1. Основной замысел, отражающий цели предприятия, его стратегию и направленность деятельности; важнейшим элементом здесь является миссия организации.

Во-первых, миссия дает субъектам внешней среды общее представление о том, что собой представляет организация, к чему она стремится, какие средства она готова использовать в своей деятельности, какова ее философия и т.п. Кроме этого, миссия способствует формированию или закреплению определенного имиджа организации в представлении субъектов внешней среды. Во-вторых, миссия способствует формированию единения внутри организации и созданию корпоративного духа. Это проявляется в следующем:

– миссия делает ясной для сотрудников общую цель, предназначение организации;

– миссия способствует тому, что сотрудники могут легче установить идентификацию себя с организацией;

– миссия способствует установлению определенного климата в организации, так как через нее до людей доводятся философия организации, ее ценности и принципы;

Миссия не должна нести в себе конкретные указания относительно того, что, как и в какие сроки следует делать организации. Она задает основные направления движения организации, расположение организации к процессам и явлениям, протекающим внутри ее. Очень важно, чтобы миссия была сформулирована предельно ясно для того, чтобы она была легко понятна всем субъектам, взаимодействующим с организацией, в особенности всем ее членам.

2. Описание предприятия – его история, параметры, возможности и преимущества, стратегические цели и способы их реализации в современных условиях, мотивы деятельности, девиз.

3. Философия заказчиков – целевые группы, их интересы, сбытовая политика. Задача этого раздела – построение налаженных связей с клиентами, как крупными организациями-заказчиками, так и рядовыми потребителями, основанных на доверии, эквивалентности, взаимной заинтересованности в деятельности друг друга. Здесь должны быть приведены основные этические положения, политика фирмы на рынке, маркетинговые исследования круга покупательских интересов, приоритетность их в деятельности организации.

4. Внутрифирменная политика – основы управления предприятием, информационно-коммуникационная система, система оплаты труда, пути повышения квалификации работников, инновационная и социальная политика, соблюдение этики менеджмента.

К элементам корпоративной внутренней политики относятся общие для сотрудников компании ценности, убеждения и нормы, которые выражаются в форме символов, преданий, девизов и церемоний и героев фирмы. Какие именно образы и объекты будут олицетворять культуру и философию компании, определяют менеджеры.

5. Связи с партнерами – капиталовложения, финансовая политика, снижение уровня риска, распределение прибыли. Главное в этом разделе – повышение доверия к фирме со стороны ее партнеров и прочих заинтересованных организаций.

6. Отношение с другими организациями – выполнение обязательств, обеспечение стабильности в работе, охрана окружающей среды, вложения в развитие региона.

Таким образом, внедрение на российских предприятиях философии, систематизирующей как внешние, так и внутренние аспекты деятельности приведет к следующим положительным результатам:

1. Повышение производительности труда на предприятии. Введение и соблюдение на предприятии своей философии позволит свести к минимуму действие субъективных факторов, повысить мотивированность персонала и в конечном счете производительность труда, и доверие к организации, и уверенность работника в своем будущем.

2. Улучшение климата и отношений внутри самого предприятия: между работниками, специалистами и руководителями. Прописанность определенных норм позволит избежать многих недоразумений и неприятностей.

3. Повышение доверия к предприятию со стороны инвесторов, партнеров и контрагентов. Осведомляя общество о своей философии, организация ставит себя в рамки определенного поведения, нарушение которого повлечет за собой серьезные последствия: падение продаж, снижение инвестиций, недоверие кредиторов, усиление конкурентов и т.п.

4. Улучшение отношений с общественными организациями и организациями, представляющими государственную власть, повышение степени прозрачности этих отношений. Повышение социальной ответственности бизнеса, прежде всего за своих работников.

5. Маркетинговый эффект привлечения внимания к своему предприятию поставщиков и покупателей, вследствие этого повышение продаж.

6. Уменьшение срока адаптации молодых специалистов и введения в должность руководителя.

7. Сближение целей и интересов работников и руководства предприятия. Повышение ответственности менеджмента за развитие организации и своих сотрудников.

8. Стабильность отношений на предприятии вне зависимости от смены руководящего состава.

Все это в конечном итоге послужит улучшению системы защиты философии организации от нежелательных воздействий.

**3. Классификация философий организации**

Может ли быть так, что в организации присутствуют несколько философий? Теоретически их может быть больше, чем одна, но в ситуации кризиса, в период внедрения изменений активизируется одна, доминирующая, которая и будет истинной. Рассмотрим классификацию, которая позволит понять философию организации.

1. Философия захвата.

В организации с философией захвата доминирует установка на овладение как можно большим числом ресурсов: финансовых, энергетических, властных. Некоторые гуманистически ориентированные сотрудники могут относиться к такой фирме как агрессивной, бездушной, жесткой. Руководители относятся к своим подчиненным как средству для увеличения прибыли и хотят, чтобы те работали под лозунгом: «В стуках 25 часов, а в неделе – 8 дней». Подчиненные используют любую возможность карьерного продвижения, зачастую игнорируя некоторые нормы морали. Ценность имеет только то, что приносит быстрый и значительный успех. В подобных организациях сотрудники с легкостью увольняются, поддерживается высоко конкурентная среда, поощряется «сталкивание лбами». Такие организации очень часто показывают в голливудских фильмах, изображающих офисную жизнь, где сотрудник может общаться на личностном уровне с начальником, вместе обедать, но уже в следующей ситуации подсиживать его, выдвигая себя на первый план.

В фирмах с философией захвата инновация всегда подается как проект, на который выделяется отдельная статья бюджета. Лучше всего, чтобы этот проект реализовывало сразу две группы: это обеспечит конкуренцию, свойственную подобным организациям.

2. Философия функционала

Функционал характеризует уровень компетентности специалиста: чем выше уровень компетентности, тем выше его возможный функционал и тем, соответственно, выше его ценность. В таких организациях ценностью является только профессиональный рост. Вы можете дерзить начальству, нарушать дисциплину, допускать срывы сроков сдачи работы, но это все вам сойдет с рук, если организация вас ценит. Подчиненные в таких фирмах могут работать сверхурочные и соглашаются на временное снижение заработной платы, если они понимают, что благодаря предлагаемой работе они становятся профессиональнее. Персонал в таких организациях легко замещается другим, более профессиональным, да и сами сотрудники легко переходят в другие фирмы, где им предложат более выгодные условия или возможность для реализации своих профессиональных амбиций. Руководство в организациях с преобладающей философией функционала находится перед постоянной дилеммой: повышать ли квалификацию своих сотрудников или нет, ведь, обучившись, они могут уйти. А у сотрудников другая дилемма: раскрывать ли свой потенциал до конца, передавать ли свой опыт молодым, так как молодые могут «подсидеть» опытных и занять более выгодные позиции. В общем, в подобных организациях люди работают на повышение своей стоимости как профессионалов.

В фирмах с философией функционала инновации нужно внедрять с параллельным повышением квалификации. Необходимо сделать так, чтобы сотрудники благодаря новшеству смогли повысить свой профессиональный уровень, тогда они пойдут и на увеличение рабочего дня с сохранением уровня оплаты, и на временное ухудшение условий труда, и на изменение привычного стиля работы.

3. Философия племени

Зачастую люди переносят семейные отношения в производственную среду. В организации с доминирующей философией племени самым ценным будет лояльность фирме и лично вождю. Сотрудник в подобной компании воспринимается не просто как носитель труда, но как член семьи. Самое интересное, руководители таких фирм даже внешних консультантов со временем начинают воспринимать с точки зрения семейных отношений. Это проявляется в информированности руководителя о личной жизни сотрудника, в его влиянии на все сферы жизни персонала. Сотруднику должно быть стыдно просить прибавку к зарплате: начальник сам решит, когда повысить оплату труда. Сотрудник должен оставаться на рабочем месте дольше обычного, если это нужно для дела, а начальник, в свою очередь, заботится о сотруднике, как о члене своей семьи и не пойдет на сокращение штатов только ради прибыли. Зачастую члены семьи и работают вместе в такой организации.

Инновации в компании с преобладающей философией племени воспринимаются через призму устойчивости и лояльности. Как и в настоящем племени, здесь большую роль играют ритуалы, которые необходимо знать внешним консультантам и тренерам, чтобы избежать лишних коммуникативных ошибок. Очень важно на все ключевые позиции инновационного проекта расставить людей, преданных руководителю (лучше членов семьи), тогда руководитель будет достаточно информированным в том, что происходит и не требовать дополнительных актов подтверждения лояльности, что отнимает много времени.

4. Философия структурирования жизни

Некоторые люди ходят на работу для того, чтобы… ходить на работу! Зачастую так работают целые организации. Обычно это организации с фиксированным годовым бюджетом, чей доход не связан с качеством деятельности. В подобных организациях руководители имеют некий ресурс для поощрения, за счет которого обеспечивают себе зону лояльности, а подчиненные живут по принципу: «Кот из дома – мыши в пляс». Контроль над работой осуществляется наплывами, которые персонал пережидает. Наиболее активные сотрудники повышаются по карьерной лестнице и, как правило, затем эта активность снижается. В таких организациях работать комфортно тем, кто ценит защищенность и устойчивость.

Любые инновации захлебываются в таких организациях достаточно быстро, поскольку «нам и так мало платят», «это никому не нужно», «мы это не умеем делать», «надо все очень хорошо продумать». Эмоциональное сопровождение инновационного процесса, выражающееся в увеличении массовых собраний либо корпоративных мероприятий, дает в таких организациях хоть и краткосрочный, но эффект.

5. Пещерная философия

Не все люди выросли и стали взрослыми, они сохранили подростковыми установками и фантазиями. Одной из подобных фантазий является фантазия о работе как о чем-то неприятном. Жить ведь надо для удовольствия! А удовольствие требует денег, которые дает неприятная, по определению, работа. Среди таких «взрослых-детей» циркулируют истории о том, что кто-то как-то очень много заработал и теперь отдыхает, живет в свое удовольствие. И эти люди заканчивают ВУЗы, становятся специалистами, руководителями, воспринимая мир как большой лес, в котором есть блага, которые надо схватить и утащить в свою пещеру. Поэтому данный вид философии и назвали, для образности, пещерной. В такой организации доминирующая ценность – досуг, который находится вне работы. Пещерная философия отрицает саму работу как процесс. Основным мотивом что-то делать для сотрудника является мотив получения вознаграждения. Основным мотивом что-то делать для начальника является тот же самый мотив. В этих фирмах сотрудники стремятся четко ограничить свои обязанности, чтобы не делать большего, любят говорить об офисном рабстве, а начальники озабочены тем, чтобы выжать из сотрудников за выделенные средства как можно больше.

В таких организациях нужно играть на зависти, свойственной инфантильным натурам. Выделив группу наиболее эффективных сотрудников, которая будет внедрять инновацию, ее нужно максимально обласкать и поощрять. Пещерная философия, как и философия структурирования жизни, относится к негативным философиям и в долгосрочной перспективе их надо менять, правда, на это может уйти 5–7 лет.

**4. Философия организации как философия управления персоналом в современных условиях**

Внедрение понятия «философия организации» в российскую действительность происходит на наших глазах. Она все более четко формулирует свою цель – охватить все бизнес-процессы конкретной организации в их единстве, целостности, гармоничности, вычленить в них самое важное – человека, найти консенсус между работником и организацией.

Роль философии организации в системе экономических отношений заключается в становлении на начальном этапе развития компании и закреплении в последующем основополагающих морально-этических принципов, норм и правил человеческих взаимоотношений, согласующихся с социокультурным этносом и политикой государства.

Философия управления персоналом не должна идти вразрез с законодательными нормами государства, в границах которого функционирует данная конкретная организация, соответственно, при ее разработке необходимо опираться на национальное законодательство, в частности на нормативно-правовые акты, регламентирующие основные права и обязанности человека и гражданина, правила экономического оборота, трудовые отношения.

Значительную часть фундамента философии управления конкретной организации должны составлять принятые в соответствии с действующим законодательством локальные нормативно-правовые акты, основными из которых являются устав, учредительный и коллективный договоры, стратегообразующие приказы и распоряжения высшего руководства. В том случае если организация имеет внешнеэкономические связи, необходим о учитывать, кроме отечественного, национального, и иностранное законодательство, а также предписания международного права. Однако правовые нормы являются не единственным ориентиром для построения философии системы управления персоналом компании в современных условиях. Современный менеджер в процессе управления персоналом обязан учитывать такие составляющие, как религиозные, моральные и этические нормы, обычаи делового оборота, опыт передовых предприятий аналогичных и смежных отраслей народного хозяйства, национальные и региональные особенности стратегии кадровой политики на уровне государства, региона, предприятия и его структурного подразделения.

Отправной точкой сбалансированности в управлении персоналом должна стать документально закрепленная философия компании. Несмотря на то что «бумага стерпит все», уже на стадии разработки данного документа необходимо твердо осмыслить значимость философии управления персоналом как фундамента дальнейших межличностных отношений в организации. Развернутость естественнонаучного содержания понятия «философия управления персоналом» не находит пока должного отражения в научных трудах, что обусловлено его новизной для теории управления персоналом. [6, c. 213].

Философия управления персоналом проявляет свои сущностные характеристики в гармонизации отношений работника и работодателя. Сознание каждого человека притягивает к себе почти мистическая сила согласованного волеизъявления, которое, в свою очередь, способно изменять судьбы государств и обеспечивать удовлетворение простейших жизненных потребностей отдельного человека. Предоставляя же возможность максимально удовлетворять потребности каждого конкретного работника, организация прокладывает себе дорогу к успеху и эффективному развитию.

Основными принципами разработки философии организации являются: системность, исключение дублирования действующего законодательства, соответствие действующему законодательству, конкретность включаемых положений; реальность закрепляемых прав и обязанностей, наличие механизмов защиты в случае нарушения требований философии организации.

**Заключение**

Итак, подводя итог, можно отметить, что философия организации – это в первую очередь философия ответственности за свою деятельность, осознания себя как субъекта социального управления, осуществляющего через свою деятельность разнообразные воздействия на социальную среду.

В эпоху глобализации философия организации должна быть ориентирована на ценности, смыслы, включенные в широкий социальный контекст, предопределяющие деятельность организации, способствующую установлению гармонизации мирового сообщества. Это должно проявляться в решительном отказе от исключительной заботе о самом себе. Должна стать ведущей ориентация на обращение к миру, к чужому, к другому, и, тем самым – к клиенту.

Соблюдение философии гарантирует успех и благополучие во взаимоотношениях персонала и эффективное развития. Несоблюдение философии организации ведет к развитию конфликтов между администрацией и сотрудниками, между поставщиками и потребителями, к снижению имиджа фирмы, а в дальнейшем может привести к краху и разорению предприятия, так как люди – главное богатство. [5, c. 443].

Четко сформулированная философия в рамках конкретной организации, облаченная в знаковую форму и внедренная в рабочую действительность, теряет свою абстрактность для рядового сотрудника компании, способствуя тем самым слаженности работы и достижению намеченных целей.

Знание философии организации, дает знание смысла ее существования в среднесрочной перспективе, знание особенностей поведения ее сотрудников в инновационной ситуации. Это условие, которое необходимо учесть, чтобы избежать лишних временных и энергетических потерь. Зная философию своей организации, мы можем лучше понять себя.

**Список использованной литературы**

1. Балашов Л.А. Философия. М., 2004. – 194 с.

2. Зигерт В., Ланг Л. Руководить без конфликтов. М., 1990. – 456 с.

3. Орлов А.И., Федосеев В.Н. Менеджмент в техносфере. М., 2003. – 384 с.

4. Прокофьева Ж.В. Менеджмент. М., 2000. – 288 с.

5. Файоль А., Эмерсон Г., Тейлор Ф., Форд Г. Управление – это наука и искусство. М., 1992. – 642 с.

6. Федосеев В.Н., Капустин С.Н. Управление персоналом организации. М., 2003. – 368 с.