

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПРОЗРАЧНОСТЬ КАК ХАРАКТЕРИСТИКА КАЧЕСТВА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ КОМПАНИИ

С. М. Максимова,

*Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ),
119501, Москва, ул. Нежинская, д. 7*

В статье рассмотрен вопрос информационной прозрачности как характеристики качества организационной культуры компании. Автором выделены новые свойства организационной культуры, возникающие в условиях информатизации экономических отношений, установлена связь между информационной составляющей и организационной культурой, определены роль и функции информационной прозрачности в современной компании. В результате проведенного исследования разработана модель взаимодействия компонентов организационной культуры посредством информационной прозрачности.

Ключевые слова: информационная прозрачность, информационная культура, организационная культура, формирование доверия клиентов, внутрикorporативные связи, конкурентоспособность.

Сведения об авторе: Светлана Михайловна Максимова, аспирант кафедры общего менеджмента и предпринимательства, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ).

Контакты: Светлана Михайловна Максимова, SMaksimova@mesi.ru

Для ссылки: Максимова С. М. Информационная прозрачность как характеристика качества организационной культуры компании // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2015. № 1(21). С. 81–84.

INFORMATION TRANSPARENCY AS THE QUALITY CHARACTERISTICS OF ORGANIZATION CULTURE COMPANY

S. M. Maksimova,

*Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics,
Moscow, Russian Federation*

The article is about the question of information transparency as the quality characteristics of the organizational culture. The author describes the new properties of the organizational culture arising in the conditions of informatization of economic relations, the relation between information content and organizational culture, the role and functions of information transparency in a modern company. In study elaborated a model of interaction between the components of organizational culture through information transparency.

Keywords: information transparency; information culture; organization culture; confidence formation; incorporation relation; competitiveness.

Information about the author: Svetlana Mikhailovna Maksimova, Postgraduate, Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics (MESI).

Contacts: Svetlana Mikhailovna Maksimova, SMaksimova@mesi.ru

Reference: Maksimova S. M. Information transparency as the quality characteristics of organization culture company. MIR (Mod. innov. razvit.), 2015, no. 1 (21), pp. 81–84.

Введение

В условиях информационного общества, когда все большее значение приобретают информационные и компьютерные технологии, информация становится одним из важнейших ресурсов устойчивого развития компании. Информационная инфраструктура способствует налаживанию устойчивых партнерских связей, формированию доверия с клиентами и партнерами по бизнесу, что в конечном итоге положительно влияет на развитие конкурентоспособности компании.

Безусловно, в эпоху информационного общества трансформируются и внутрифирменные отношения, в частности те, которые формируют организационную культуру компании. Попробуем выделить новые свойства организационной культуры, возникающие в условиях информатизации всех экономических отношений, установить связь между информационной составляющей и организационной культурой.

Взаимодействие информационной прозрачности и организационной культуры компании

Изучением вопросов информационной культуры занимались авторы Вожегова М.А., Леонтьева Л.С., Орлова Л.Н. Данные авторы определяют информационную культуру как совокупность компетенций персонала в области эффективного пользования информацией, а также порядок организации информационного пространства внутри и вне организации, и степень открытости организации в системе экономических отношений [1]. К этому определению можно добавить, что информационная культура является сегодня ключевым звеном в структуре организации, поскольку отражает деятельность, как отдельного структурного подразделения, так и компании в целом.

Основными компонентами информационной культуры являются информационная компетентность персонала, информационная оболочка организации, информационная прозрачность. Информационная компетентность персонала представляет собой совокупность навыков и умений персонала, заключающихся в способности работать с современными информационными ресурсами и технологиями, а также в способности быстро и адекватно адаптироваться к изменяющимся условиям информационного общества. Сегодня информационная компетентность – одно из основных качеств, которым должен обладать каждый сотрудник для эффективной работы в современной организации. Обладание информационной компетентностью – это также ключевое требование, предъявляемое к сотруднику работодателем при приеме на работу.

Информационная культура, как характеристика организации, внутренне присущая ей, формируется и изменяется на всех этапах развития организации. Так, в процессе развития организации формируется ее информационная оболочка – это информационная среда организации, представляющая собой совокупность информационной инфраструктуры организации (информационные коммуникации), применяемых программных продуктов и информационных технологий [1].

Роль и функции информационной прозрачности в современной компании

С точки зрения качества информационной культуры как культуры взаимоотношений с внешней и внутренней средой организации в научной литературе выделяют два понятия «информационная прозрачность» и «деловая прозрачность». Под информационной прозрачностью понимается своевременное и точное раскрытие информации о деятельности предприятия, содержащее сведения как обязательного, так и добровольного характера и дающее возможность реализации конкурентных преимуществ [5]. Деловая прозрачность предполагает раскрытие и публичное обнародование соответствующей финансовой информации и других

сведений о деятельности хозяйственного общества, не являющихся коммерческой тайной.

В теории корпоративного права и управления понятия информационной и деловой прозрачности используются как синонимы. На наш взгляд понятие «информационная прозрачность» является более широким, поскольку включает в себя раскрытие и публикацию не только отчетов о финансовой и хозяйственной деятельности организации, но также представление информации о компонентах организационной культуры компании (миссия, ценности, символы, правила и нормы поведения, стиль управления). Так, информационная прозрачность компании позволяет оценить качество организационной культуры.

Соблюдение компанией правил раскрытия информации способно сформировать качественно новый уровень ее корпоративного имиджа, что, несомненно, положительно скажется на повышении капитализации, инвестиционной привлекательности и деловой репутации компании. Поэтому информационную культуру следует рассматривать еще и как фактор формирования стоимости компании. Информация должна носить существенный характер, способствовать принятию решений инвесторами, другими заинтересованными лицами компании. Прозрачность информации позволяет получить инвесторам достоверные данные о деятельности компании, системе корпоративного управления, что является определяющим фактором при оценке рисков инвестирования [4].

Авторами Вожеговой М.А., Леонтьевой Л.С., Орловой Л.Н. была предложена методика оценки уровня информационной прозрачности. Интегральный индекс информационной прозрачности представляет собой балльный показатель, который строится на основе опроса различных субъектов экономики относительно состояния дел на предприятии и отражает уровень их доверия к данному предприятию [1].

Интегральный индекс информационной прозрачности рассчитывается по формуле:

$$I_{un} = \sum \alpha_i \cdot I_i,$$

где α_i – весовой коэффициент значимости составляющих интегрального индекса информационной прозрачности; I_i – частный показатель информационной прозрачности предприятий.

Интегральный индекс информационной прозрачности строится на основе опроса различных субъектов экономики относительно состояния дел на предприятии. Так, данный инструмент оценки информационной прозрачности позволяет определить одновременно уровень открытости предприятия по отношению к другим экономическим

субъектам и степень доверия экономических субъектов к предприятию.

Обеспечение информационной прозрачности компаний является важной характеристикой качества организационной культуры, так как отражает стиль и систему корпоративного управления.

Информационная прозрачность формируется компанией в двух аспектах: внешнем и внутреннем. Внешняя информационная прозрачность является необходимым условием для формирования доверия контрагентов внешней среды с целью повышения конкурентоспособности компании. Также, внешняя информационная прозрачность компании способствует формированию положительного имиджа компании как элемента организационной культуры. Благодаря внешней информационной прозрачности происходит развитие и повышение качества связей с общественностью. Внутренняя информационная прозрачность направлена на формирование доверия между сотрудниками внутри организации, между руководством и подчиненным, она способствует укреплению и развитию отношений между структурными подразделениями, улучшению внутрикорпоративного климата организации. Также внутренняя информационная прозрачность является способом формирования и выражения организационной культуры (рис. 1).

Таким образом, информационная культура, оказывает положительное влияние не только на развитие внешних связей и формирование доверия клиентов и партнеров по бизнесу, но и укрепляет внутрикорпоративные связи, обеспечивая формирование сильной организационной культуры.

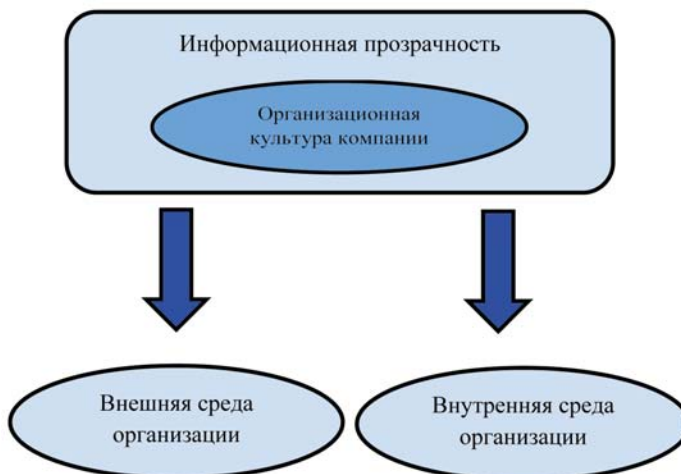


Рис. 2. Информационная прозрачность – проводник организационной культуры для внутренней и внешней среды организации

Анализируя рис. 2, мы видим, что информационная прозрачность выступает в качестве связующего звена между организационной культурой и внешней и внутренней средами организации и выполняет функцию проводника, представляя организационную культуру во внутреннем круге, включая персонал и руководство организации, и во внешней среде.



Рис. 1. Информационная прозрачность компании – один из факторов повышения конкурентоспособности компании

Взаимодействие компонентов организационной культуры посредством информационной прозрачности

В рамках изучения вопроса соотношения и взаимосвязи явлений организационной и информационной культур мы предлагаем дополнить модель организационной культуры Крэнфилдской школы бизнеса компонентом – информационная прозрачность компании (рис. 3). Основанием для этого служат выявленные в результате данного исследования возможности внешней и внутренней оценки организационной культуры компаний посредством информационной прозрачности. Информационная прозрачность позволяет обнаружить фальшь-деятельность организации, выявить финансовые недочеты в деятельности организации. В результате формируется полное, объективное

представление о деятельности организации в целом: инвесторы получают возможность адекватной оценки инвестиционной привлекательности компании, партнеры и клиенты могут оценить ее конкурентоспособность.



Рис. 3. Модель взаимодействия компонентов организационной культуры посредством информационной прозрачности

Заключение

Таким образом, отражая сильные и слабые стороны организации, информационная прозрачность является качественной характеристикой организационной культуры компании, поэтому первоочередной задачей компании, развивающейся в условиях современного информационного общества, является достижение высокого уровня информационной культуры и информационной прозрачности. Информационная прозрачность способствует укреплению корпоративных связей (как внешних, так и внутренних), повышению уровня организационной культуры, принятию эффективных управленческих решений, уменьшению рисков, что, несомненно, ведет к формированию положительного имиджа компании, инвестиционной привлекательности, устойчивому развитию, повышению капитализации и усилению конкурентных позиций.

Список литературы

1. Вожегова М.А., Леонтьева Л.С., Орлова Л.Н. Информационные аспекты инновационного развития компаний. Монография, М.: МИРБИС, 2012.

2. Леонтьева Л.С., Проскурнова К.Ю. Организационная культура как фактор развития структурных подразделений промышленного предприятия. Монография. М.: МИРБИС, 2010.

3. Максимова С.М. Оценка организационной культуры международных компаний по модели Крэнфилдской школы бизнеса. // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО МЭСИ: Научно-практический журнал. М.: МЭСИ. 2013. № 4. С. 82–86.

4. Орлова Л.Н. Информационно-инвестиционные аспекты управления конкурентоспособностью предприятия // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО МЭСИ: Научно-практический журнал. М.: МЭСИ, 2011. № 3.

5. Шкарина В.С., Леонтьева Л.С., Орлова Л.Н. Информационная прозрачность как фактор развития инновационной экономики // Интеграл: Научно-практический межотраслевой журнал. 2012. № 3.

References

1. Vozhegova M.A., Leont'eva L.S., Orlova L.N. Informacionnye aspekty innovacionnogo razvitiya kompanij. Monografija. M.: MIRBIS, 2012.

2. Leont'eva L.S., Proskurnova K.Ju. Organizacionnaja kul'tura kak faktor razvitiya strukturnyh podrazdelenij promyshlennogo predpriyatija. Monografija. M.: MIRBIS, 2010.

3. Maksimova S.M. Ocenka organizacionnoj kul'tury mezhdunarodnyh kompanij po modeli Krjenfildskoj shkoly biznesa. // Jekonomika, statistika i informatika. Vestnik UMO MJeSI: Nauchno-prakticheskij zhurnal. M.: MJeSI. 2013. № 4. s. 82–86.

4. Orlova L.N. Informacionno-investicionnye aspekty upravlenija konkurentosposobnost'ju predpriyatija // Jekonomika, statistika i informatika. Vestnik UMO MJeSI: Nauchno-prakticheskij zhurnal. M.: MJeSI. 2011. № 3.

5. Shkarina V.S., Leont'eva L.S., Orlova L.N. Informacionnaja prozrachnost' kak faktor razvitiya innovacionnoj jekonomiki // Integral: Nauchno-prakticheskij mezhotraslevoj zhurnal. 2012. № 3.