

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ

DOI: 10.25629/НС.2021.07.09

Тищенко Н.А., Лучинкина А.И.

Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова

Аннотация. В статье анализируются имеющиеся методы и методики изучения организационной (корпоративной) культуры. Теоретический анализ научной литературы по указанной проблематике позволил разделить все имеющиеся типологии корпоративной культуры на формализованные и гуманистические. В статье отмечается, что методик, определяющих тип организационной культуры, мало. Методика ОСАИ, определяющая тип организационной культуры, предлагает метафорический характер результатов, что не всегда применимо в работе с крупными предприятиями. Шкалы методики Г. Хофстеде также не дают полного представления о типе корпоративной культуры в организациях малого бизнеса.

Целью статьи является описание процедуры стандартизации методики по определению характеристик корпоративной культуры организации.

Методы исследования. Разработан авторский исследовательский опросник «Этапы формирования корпоративной культуры предприятия». Целью опросника стало определение этапа сформированности корпоративной культуры в соответствии с приведенными выше характеристиками.

Опросник содержит 50 утверждений, которые объединяются в 6 шкал: субъективная оценка организации сотрудником; оценка личности руководителя; удовлетворённость коммуникациями в организации; основные маркеры организации; управление персоналом; уникальность идеи организации для сотрудника. Апробация опросника была проведена на 430 респондентах. В ходе исследования проверялась надежность и валидность опросника. Расчетные значения α -коэффициента Кронбаха находились в пределах 0,83-0,87, что свидетельствует о работоспособности опросника, уравновешенности его частей и возможности его оценки как надежного диагностического инструмента. Авторами определены уровни сформированности свойства по каждой шкале.

Ключевые слова: корпоративная культура. организация малого бизнеса, методика исследования, стандартизация.

Введение в проблему

Глобализация экономических систем на современном этапе развития общества приводит к изменению роли предприятий малого бизнеса в экономике страны. Конкуренция с крупными корпорациями, имеющими развитую корпоративную культуру, требует определенных характеристик предприятия и сотрудников, способствующих формированию позитивного запоминающегося имиджа предприятия, услуг, товара и продвижению этих составляющих на рынке. В большинстве случаев эффективность предприятия на рынке, его позитивный имидж обеспечивают тип и степень сформированности корпоративной культуры. Отсутствие норм и традиций, легенд и саг организации переводит ее в разряд нежизнеспособных предприятий-однодневок и коротким жизненным циклом и высокой текучестью кадров. А ведь именно корпоративная культура является основным фактором формирования имиджа организации.

Следует отметить, что на сегодняшний день, изучение степени сформированности и типа корпоративной культуры является крайне важным, поскольку дает возможность не только определить критерии эффективности предприятия, но и оказать ему своевременную психологическую помощь.

Целью статьи является анализ методических особенностей построения эмпирического исследования корпоративной культуры организации.

Краткий обзор исследований (литературы)

Теоретический анализ научной литературы по указанной проблематике позволил разделить все имеющиеся типологии корпоративной культуры в нескольких направлениях по основному акценту, сделанному их создателями. Чаще всего ученые выделяют формализованные и гуманистические типологии.

К формализованным мы относим типологии Т. Дейла и А. Кеннеди, У. Оучи, Р. Рюттингера, С. Ханди. Суть заключается в выделении формальных критериев для определения типа организационной культуры [12,14,15,19].

Так, в концепции Т. Дейла и А. Кеннеди основными критериями стали уровень риска и скорость получения обратной связи; у Оучи – основные ценности, транслируемые организацией. В типологии Р. Рюттингера основными единицами анализа стали степень риска принимаемых решений (большой или малый) и обратная связь реальных последствий принятых решений (быструю или медленную). В типологии С. Ханди – культура власти; культура роли; культура задачи; культура личности. В качестве основополагающих ученый выбрал элементы динамики: процесс распределения власти в организации, ценностные ориентации личности, отношения индивида и организации, структуру организации и характер ее деятельности [17,18,19].

В концепции корпоративной культуры Зонненфельда определено 4 типа корпоративной культуры по степени централизации управления, степени его формализации и особенности объекта управления: бейсбольная команда; клубная культура; академическая культура; крепость [5].

В рамках гуманистических типологий прежде всего обратимся к исследованиям Г. Хофстеде, проведенном в 60 странах на многочисленной выборке менеджеров. Для нашего исследования представляют интерес выявленные ученым маркеры организационной культуры: дистанция власти; индивидуализм – коллективизм; стремление к избеганию неопределенности; маскулинность – феминность; временной горизонт ориентации на будущее; допущение [16].

Следует отметить, что, несмотря на революционность исследований ученого, эти результаты чаще используются в кросскультурной психологии.

Еще одной интересной для нас типологией является попытка канадских исследователей М.К. де Врие и Д. Миллера обозначить культуру в зависимости от морально-психологического климата: драматическая, депрессивная, шизоидная организация, параноидальная, принудительная. Основной особенностью этих культур является направленность активности (внешняя или внутренняя) [1, 2, 4,6].

Интересна с точки зрения типологии теория Д. Бека и К. Кована, согласно которой можно выделить следующие виды организационной культуры: культура принадлежности; культура доминирования; культура успеха; культура согласия; культура синтеза. Данная типология также напоминает динамику развития группы в социальной психологии в целом со всеми соответствующими элементами [7,8,9,10, 11].

Результаты исследований специалистов в области организационной культуры показали, что для успешного развития организации в своей культуре необходимо учитывать все перечисленные группы факторов. Таким образом, мы предполагаем, что корпоративная культура включает в себя деловые, мотивационные, морально-нравственные, группообразующие показатели и зависти от актуального психологического капитала компании.

Кроме того, детальное изучение предложенных выше типологий, привело к мысли, что тип корпоративной культуры не обязательно должен зависеть от рода деятельности организации. В то время как у большинства исследователей этот показатель – ключевой.

Следует отметить, что методик, определяющих тип организационной культуры, мало. На сегодняшний день есть методика ОСАИ, определяющая тип организационной культуры. Однако результаты, получаемые по этой методике, имеют метафорический характер и не всегда применимы в работе с крупными предприятиями. Рассмотренные выше шкалы методики

Г. Хофстеде также не дают полного представления о типе корпоративной культуры в организациях малого бизнеса [16].

Методы и методики

В связи с этим нами был разработан опросник «Этапы формирования корпоративной культуры предприятия» (ККП). Целью опросника стало определение этапа сформированности корпоративной культуры в соответствии с приведенными выше характеристиками.

Опросник содержит 50 утверждений, которые объединяются в 6 шкал: субъективная оценка организации сотрудником (СОГС); оценка личности руководителя (ОЛР); удовлетворённость коммуникациями в организации (УКО); основные маркеры организации (ОМО); управление персоналом (УП); уникальность идеи организации для сотрудника (УИО);

Испытуемым дается следующая инструкция:

«Уважаемый респондент! Вам предлагается ряд утверждений, характерность которых для Вас лично и Организации, в которой Вы работаете, которые нужно оценить по следующей шкале: никогда; скорее нет, чем да; не знаю; скорее да, чем нет; да. Поставьте ✓ или + в нужную ячейку».

Шкала «Субъективная оценка организации сотрудником» включает 5 утверждений, которые характеризуют отношение сотрудника к организации и его восприятие рабочего места. Например:

1. Организация, в которой я работаю в настоящее время, мое лучшее место работы.
2. Я с удовольствием прихожу на работу
3. Мне нравится стиль взаимоотношений в организации, где я работаю в настоящее время
4. Если бы мне предложили выбирать место работы, я выбрал бы организацию, где работаю в настоящее время.
5. В организации, где я работаю в настоящее время, созданы условия для личностного и карьерного роста сотрудников.

Шкала «Оценка личности руководителя» включает 5 утверждений, характеризующих стиль руководства и эмоциональное отношение работника к своему руководству.

1. Мой руководитель прислушивается к мнению своих сотрудников.
2. Мой руководитель – взвешенный и рассудительный.
3. Мой руководитель – инициативный и творческий.
4. Если бы в организации поменяли руководителя, то работать бы стало сложнее
5. Руководитель нашей организации заботится о развитии личности и карьерном росте сотрудников

Шкала «Удовлетворённость коммуникациями в организации» включает 5 утверждений, характеризующих психологический климат в организации, в том числе, стиль коммуникаций:

1. В нашей организации практикуется доброжелательное отношение к людям.
2. Мне доставляет удовольствие общение с коллегами по работе.
3. Мне нравится посещать корпоративные мероприятия нашей организации.
4. В отношениях с коллегами я чувствую поддержку и желание помочь.
5. Я чувствую свою принадлежность организации

Шкала «Основные маркеры организации» содержит 25 утверждений, описывающих ментальные ценности: дистанция власти; индивидуализм – коллективизм; стремление к избеганию неопределенности; маскулинность – феминность; временной горизонт ориентации на будущее. Сами ценности были обозначены Г. Хофстеде для определения культурных характеристик на уровне государств. В нашем варианте мы рассматриваем:

Дистанция власти

1. Я стараюсь находиться от руководства подальше
2. Мое руководство не интересуется проблемами подчиненных
3. В отношении руководства нашей организации верна поговорка: сытый голодному – не товарищ.
4. К моему руководителю на прием необходимо записываться за неделю.
5. Я никогда не видел своего руководителя.

Индивидуализм – коллективизм

1. Мне нравится решать все проблемы совместно с коллегами.
2. Считаю, что коллективная ответственность должна быть выше персональной за порученную работу.
3. Любую проблему лучше решать коллективно, чем индивидуально.
4. Для того, чтобы организация развивалась, нужно переходить от индивидуализма к коллективизму.
5. Личность может вырасти только в коллективе.

Стремление к избеганию неопределенности

1. В сложных ситуациях нужно принимать наименее рискованное решение.
2. Нужно избегать неопределённости в любом ее виде.
3. Совершать поступки можно только тогда, когда произведена оценка возможных рисков.
4. Я воспринимаю как стрессовую ситуацию любые изменения на работе.
5. В жизни все должно быть строго структурировано.

Маскулинность – феминность

1. Любой организации необходима твердая рука
2. Лучший способ управления – авторитаризм.
3. Жесткие решения – путь к успеху
4. Чем агрессивнее реклама, тем лучше развивается бизнес.
5. Политика организации должна быть решительной.

Временной горизонт ориентации на будущее

1. Меня устроит единовременное повышение зарплаты или выплата премии, если это будет сделано немедленно, а не с ожиданием постоянного повышения зарплаты в дальнейшем.
2. Считаю, что основным принципом в построении планов на будущее должен быть такой: лучше синица в руках, чем журавль в небе.
3. Я хочу работать в этой организации до пенсии.
4. Планирую свой карьерный рост в этой организации.
5. Любая организация должна иметь свои традиции и ритуалы.

Шкала «Управление персоналом» включает 5 утверждений, описывающих стиль и способы управления персоналом в организации:

1. Стиль управления в организации чаще поддерживающий и поощряющий групповую работу.
2. Руководство поощряет индивидуальный креатив и рвение к работе.
3. В организации очень жесткая система наказаний.
4. Все действия руководства предсказуемы, равно как и перспективы дальнейшей работы сотрудников.
5. Руководство организацией не проявляет интереса к работе персонала.

Шкала «Уникальность идеи организации для сотрудника».

1. Наша организация имеет устойчивые ритуалы и традиции, отличающие ее от других на рынке.

2. Уникальность нашей организации заключается в принятии ее стратегии развития большинством сотрудников.

3. Нашей организации характерны преданность делу и взаимное доверие.

4. Нашей организации характерны приверженность новаторству и совершенствованию.

5. Нашей организации свойственен акцент на достижение цели и выполнении задачи.

Подсчет результатов проводился по 5-тибальной шкале: нет – 0; скорее нет, чем да – 1; затрудняюсь ответить – 2 балла; скорее да, чем нет – 3 балла; да - 4 балла.

Определение блоков методики, а также распределение комментариев по блокам методики проходило с помощью экспертных оценок. Так, психологами-практиками в области организационной психологии, психолингвистики оценивалось соответствие комментариев выбранным блокам, предлагались уточнения.

Результаты и их обсуждение

Апробация опросника была проведена на 430 респондентах. Данные стандартизации авторского исследовательского опросника отображены в Таблице 1.

Таблица 1 – Данные валидности и надежности авторского исследовательского опросника

№ п/п	Шкала	Валидность		Надежность			ρ _{теор} 0,05	ρ _{теор} 0,01
		Р _{эксп} содержательная	Р _{эксп} критериальная	Инструментальная	Константность	Стабильность	0,78	0,79
1	субъективная оценка организации сотрудником (СОЭС)	0,8	0,82	0,88	0,85	0,87	0,78	0,79
2	оценка личности руководителя (ОЛР)	0,76	0,85	0,89	0,84	0,9		
3	удовлетворённость коммуникациями в организации (УКО)	0,99	0,83	0,9	0,86	0,9		
4	Основные маркеры организации (ОМО)	0,86	0,86	0,87	0,88	0,88		
5	дистанция власти	0,75	0,87	0,79	0,9	0,79		
6	индивидуализм – коллективизм	0,97	0,75	0,93	0,89	0,78		
7	Стремление к избеганию неопределенности	0,89	0,89	0,84	0,94	0,9		
8	маскулинность – феминность	0,94	0,91	0,85	0,89	0,88		
9	временной горизонт ориентации на будущее	0,89	0,87	0,94	0,84	0,88		
10	управление персоналом (УП)	0,96	0,78	0,96	0,93	0,9		
11	уникальность идеи организации для сотрудника (УИО)	0,86	0,86	0,87	0,88	0,88		

На первом этапе мы рассчитали коэффициент линейной корреляции между частями опросника, на втором этапе нами была изучена константность опросника. Для проверки стабильности признаков нами было проведено повторное исследование через 2 месяца после основного исследования. Кроме того, для проверки надежности опросника нами был применен α -коэффициент Кронбаха. Расчетные значения α -коэффициента Кронбаха находились в пределах 0,83-0,87, что свидетельствует о разработанности опросника, уравновешенности его частей и возможности его оценки как надежного диагностического инструмента.

Валидизация опросника состояла из нескольких этапов: определение содержательной и критериальной валидности опросника. Благодаря экспертной помощи дополнены и изменены шкалы «Уникальность идеи организации для сотрудника», «Дистанция власти», «Удовлетворённость коммуникациями в организации сфер», после чего авторский исследовательский опросник проверялся на однородной выборке респондентов.

Оценки по опроснику согласовывались с оценками экспертной комиссии. Экспертами были выбраны социальные и организационные психологи (опыт работы не менее 5 лет).

Далее нами определялась критериальная валидность авторского исследовательского опросника. В качестве внешнего критерия были выбраны результаты по соответствующим шкалам в опросниках ОСАИ, Шкала организационной лояльности Дж. Мейера и Н. Аллен и экспертные оценки относительно включенных в методику направлений [Таблица 1].

Как видно из таблицы 1, $\rho_{\text{эсп}}$ превышает $\rho_{\text{теор}}$ (уровни достоверности 0,05 и 0,01), что позволяет говорить о валидности авторского исследовательского опросника. Полученные коэффициенты стабильности и константности психодиагностического инструмента также превышают $\rho_{\text{теор}}$, что указывает на высокую надежность опросника.

На основе кривой распределения нами были выявлены достоверные значения для каждой из шкал, при этом показателями низкого уровня были результаты 0-6 баллов, среднего уровня - 7-14 баллов, высокого уровня - 15-20 баллов.

Выводы и заключение

В ходе исследования были сделаны следующие выводы:

1. Низкий уровень по шкале «субъективная оценка организации сотрудником» (СООС) соответствует критическому отношению сотрудника к организации и его рабочему месту, в частности. Сотрудник не испытывает удовлетворения от деятельности в организации и при возможности поменял бы место работы. Средний уровень по шкале «субъективная оценка организации сотрудником» (СООС) соответствует позитивному восприятию сотрудником организации и своего места в ней, что не исключает поиски других вариантов. При этом удовлетворенность деятельностью организации у сотрудника средняя или выше средней. Высокий уровень по шкале «субъективная оценка организации сотрудником» (СООС) соответствует высокой удовлетворенности сотрудников организацией и своим местом в ней.

2. Низкий уровень по шкале «Оценка личности руководителя» характеризует проблемы, возникающие у сотрудника в восприятии личности руководителя, включая негативное отношение к нему. Средний уровень по шкале «Оценка личности руководителя» предполагает нормальное эмоциональное отношение работников к своему руководству, признание его позитивных и негативных черт. Высокий уровень соответствует признанию руководителей несомненными лидерами.

3. Низкий уровень по шкале «Удовлетворённость коммуникациями в организации» характеризует неудовлетворённость сотрудников психологическим климатом и стилем коммуникаций, принятом в организации. Сотрудники не чувствуют своей принадлежности организации. Для среднего уровня по шкале «Удовлетворённость коммуникациями в организации» характерно представление о коммуникациях в организации как о нормальных, не вызывающих напряжения. Общение с коллегами неконфликтное. Принадлежность к организации тесно свя-

зана с отношением с коллегами. Высокий уровень по этой шкале свойственен людям, считающим организацию своим домом и полностью принимающим нормы и правила коммуникации в ней.

4. Баллы по каждой из субшкал шкалы «Основные маркеры организации» показывают уровень выраженности соответствующего маркера.

5. Низкий балл по шкале «Управление персоналом» характеризует неприятие стиля и способов управления персоналом в организации сотрудниками. Средний балл соответствует удовлетворённости работы управленческой команды, но не исключает ситуативные проблемы. Высокий балл по шкале «Управление персоналом» характеризует эффективность стиля и способов управления персоналом в организации.

Низкий балл по шкале «Уникальность идеи организации для сотрудника» характерен для организаций, не имеющих устойчивых традиций и ритуалов, с отсутствием взаимного доверия и несформированной стратегией развития. Средний балл свойственен организациям, либо находящимся в процессе формирования, либо завершающих свой жизненный цикл. Высокий балл по шкале «Уникальность идеи организации для сотрудника» характерен для сильных развивающихся организаций

Таким образом, опросник «Корпоративная культура предприятия малого бизнеса» успешно реализует свою цель по определению типа корпоративной культуры.

Библиография

1. Бондаренко Е. Подходы к рассмотрению понятия «корпоративная культура» // Вестник ТОГИРРО. 2016. № 2 (34). С. 95-96.
2. Воронин В.В. Исследование когнитивных схем самопрезентации специалистов коммерции // Теория и практика коммерческой деятельности. -Красноярск. Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т., 2005. - С. 301-304.
3. Гудкова Т. В. Особенности корпоративной культуры российских компаний: монография. – Москва: Проспект, 2016. — 168 с.
4. Дробаха Ю.В. Корпоративная культура как фактор успешного развития компании (на примере «большой четверки») // В сборнике: Реформы в России и проблемы управления - 2017. Материалы 32-й Всероссийской научной конференции молодых ученых. 2017. С. 39-40.
5. Зонненфельд Джеффри, Вард Эндрю. Возвращение в бизнес. Вершина, 2008. 312 с.
6. Киселев В.Н. Корпоративная культура организации: сущность, функции, отличительные признаки и основные виды // Научные труды Северо-Западного института управления РАН-ХиГС. 2014. Т. 5. № 1 (13). С. 219-222.
7. Колесников А. В. Корпоративная культура в системе управления // Интерактивная наука, Ежемесячный международный журнал № 8 2016. – 103 с.
8. Липатов С.А. Корпоративная культура: концептуальные модели и методы диагностики / С.А. Липатов // Вестн. Моск. Университета. Сер. 14 Психология. 2008. № 4. С. 55-60.
9. Макеев В. А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации / Под. ред. В. Д. Грибова. Изд. стереотип. М.: ЛЕНАНД, 2016. – 248 с.
10. Мердок Дж. Фундаментальные характеристики культуры // Антология исследований культуры. Т. 1. Интерпретация культуры, СПб, 1997.
11. Миронова Н.А. Корпоративная культура как регулятор поведения и мотивации сотрудников // Московский экономический журнал. 2019. № 8. С. 5.
12. Морган Г. Имиджи организации. Восемь моделей организационного развития: пер. с англ. / Г. Морган; под ред. Н. Лапиной. – М: Вершина, 2006. – 416 с.
13. Перекрестова В.А., Фурсова П.В. Корпоративная культура и ее роль в жизни организации // Человек. Социум. Общество. 2020. № 8. С. 15-21.

14. Рюттингер Р. Культура предпринимательства: [Пер. с нем.] / Рольф Рюттингер. - М.: ЭКОМ, 1992. – 237 с.
15. Тайлор Э. Б. Первобытная культура: Пер. с англ.- М.: Политиздат, 1989. – 573 с.
16. Hofstede G.H. Cultures and organizations: software of the mind. Mc Graw Hill. 2015. 279 p.
17. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство: Построение, эволюция, совершенствование: пер. с англ. / Э. Х. Шейн; под ред. В. А. Спивака. – СПб.: Питер, 2002. – 335 с.
18. Щуров В. А., Комиссаров А. В. Введение в классическую теорию корпоративной культуры // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: социальные науки, №2. 2010. С.106-112.
19. Элвессон Мэтс. Организационная культура: пер. с англ. / М. Элвессон. – Харьков: Гуманит, 2005. – 460 с.

METHODOLOGICAL FEATURES OF RESEARCH OF CORPORATE CULTURE OF ORGANIZATION

DOI: 10.25629/HC.2021.07.09

Tishchenko N.A., Luchinkina A.I.

Crimean Engineering and Pedagogical University named after Fevzi Yakubov

Abstract. The article analyzes the available methods and techniques for studying organizational (corporate) culture. A theoretical analysis of the scientific literature on the above issues allowed us to divide all existing typologies of corporate culture into formalized and humanistic. The article notes that there are few methods that determine the type of organizational culture. The OSAI methodology, which determines the type of organizational culture, suggests a metaphorical nature of the results, which is not always applicable in working with large enterprises. The scales of G. Hofstede's methodology also do not give a complete picture of the type of corporate culture in small business organizations.

The purpose of the article is to describe the procedure for standardizing the methodology for determining the characteristics of the corporate culture of an organization.

Research methods. The author's research questionnaire "Stages of the formation of corporate culture of an enterprise" has been developed. The purpose of the questionnaire was to determine the stage of formation of the corporate culture in accordance with the above characteristics.

The questionnaire contains 50 statements, which are combined into 6 scales: subjective assessment of the organization by the employee; assessment of the leader's personality; satisfaction with communications in the organization; the main markers of the organization; personnel Management; the uniqueness of the idea of the organization for the employee. The questionnaire was tested on 430 respondents. The study tested the reliability and validity of the questionnaire. The calculated values of Cronbach's α -coefficient were in the range of 0.83-0.87, which indicates the development of the questionnaire, the balance of its parts and the possibility of its assessment as a reliable diagnostic tool. The authors have determined the levels of formation of the property for each scale.

Key words: corporate culture. small business organization, research methodology, standardization.