ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

DOI: 10.25629/HC.2021.08.06

Тищенко Н.А., Лучинкина А.И.

Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова

Аннотация. В статье анализируются результаты исследования социально-психологической составляющей организационной культуры. Авторы акцентируют внимание на необходимости применения социально-психологического подхода к изучению организационной культуры, в том числе социально-психологический климат, мотивацию персонала, смысложизненные ориентации. В исследовании организационная культура рассматривается через призму ее социально-психологической составляющей, в рамках которой создается определенный психологический климат, формируются традиции и нормы, коллективные и индивидуальные ценности. В основе эмпирической модели исследования лежат концепции зарубежных и отечественных ученых, позволивших рассмотреть организационную культуру как целостное явление.

Методы и методики исследования. В ходе констатирующего эксперимента применялись следующие методики: для диагностики организационной культуры организации методика ОСАИ; для определения параметров организационной культуры, выявления стилей и норм поведения, психологического климата – авторский опросник «Корпоративная культура предприятия малого бизнеса»; для определения ведущей мотивации – Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной; для выявления индивидуальных и коллективных ценностей и смыслов – методика «Смысложизненные ориентации» Д.А. Леонтьева.

В ходе исследования выявлены достоверные различия по выделенным параметрам у сотрудников предприятий с разными типами организационной культуры, а именно, по показателям: субъективная оценка сотрудником организации, оценка личности руководителя, уровень удовлетворенности коммуникациями в организации, управление персоналом, уникальность идеи организации для сотрудника, в выраженности отдельных мотивов и показателей смысложизненных ориентаций.

Ключевые слова: организационная культура, предприятие, социально-психологическая составляющая, психологический климат, мотивация, смысложизненные ориентации.

Введение

Современный этап развития общества характеризуется интересом к развитию предприятий малого и среднего бизнеса, охватывающих на сегодняшний день, по данным Росстата, более 25% трудоспособного населения. Следует отметить, что основное количество предприятий малого бизнеса приходится на продажу услуг. При этом предприятия малого бизнеса находятся в режиме жесткой рыночной конкуренции. На первое место в оценке работы компании выступает ее эффективность, которая включает как показатель прибыльности предприятия, так и активность привлечения потребителя. Ежегодно более 10% образованных предприятий прекращают свою деятельность в связи с невостребованностью их услуг, неузнаваемостью компании, неэффективностью действий сотрудников.

Нестабильность экономической, социальной, политической и производственной среды на фоне стремительного развития научно-технического прогресса ставит личность перед необходимостью адаптации к изменяющемуся контексту деятельности.

Экономическая эффективность, оставаясь главным критерием успешности предприятия, не рассматривается отдельно от текучести кадров, их производственной мотивации. Опыт изучения деятельности предприятий малого бизнеса показывает, что успешность предприятия зависит не

только от экономических, но и в большей степени от социально-психологических факторов, а именно социально-психологического климата, особенностей организационной культуры.

На позициях экономического подхода эффективность предприятия оценивается его экономической прибылью, что является следствием действия определённых финансовых механизмов, кредитоспособностью организации, Показателями эффективности в экономическом плане выступают: объем предоставленных услуг; величина полученной прибыли; рентабельность; экономия ресурсов; производительность труда и т.д. При этом за кругом рассмотрения остается стратегия или комплекс мер, благодаря которым организации удалось достичь этих показателей.

Культурологический подход к проблеме эффективности организации позволил выделить типы корпоративной культуры и изучить их влияние на производительность труда, текучесть кадров. Однако психологический капитал сотрудников системно не рассматривался, а принимался как приложение к данному типу культуры.

С позиций психологического подхода учеными изучались: личностные особенности сотрудников, их лидерский и интеллектуальный потенциал, мотивация, стремление к достижениям. В рамках этого подхода оценивались типы взаимодействий в коллективе, психологические атмосфера. Мы считаем, что в рамках нашего исследования наиболее значимым является социально-психологический подход, с учетом динамики группы и личных характеристик сотрудников. По нашему мнению, учет психологического климата в организации, психологических особенностей личности лидера позволят не только снизить текучесть кадров, но повысить экономическую эффективность предприятия.

Цель статьи заключается в анализе результатов исследования социально-психологической составляющей организационной культуры.

Краткий обзор исследований (литературы)

Среди многочисленных исследований, посвященных изучению социально-психологической и духовной составляющих организационной культуры, выделим в особую группу труды первопроходца организационной психологии Э. Шейна, работы Г. Хофстеде. Дж. Мейера и Н. Аллена, Флетчера и Ф. Джонса [1,4,5,6,10,12,13, 17,19,21].

Так, Э. Шейн представлял организационную культуру как единство поверхностного (символического), внутреннего и глубинного уровней. Символический уровень, по мнению ученого, содержит поведенческие паттерны, язык, кредо, то есть артефакты, свойственные сотрудникам организации. Внутренний уровень содержит ценности и убеждения, отраженные в поведении и речи, которые характерны большинству сотрудников в этой организации. На этом уровне формируются коллективные ценности, транслируемые всему сообществу. Глубинный уровень содержит ряд неосознаваемых паттернов, лежащих в основе поведения людей в данной организации [19].

В тоже время Г. Хофстеде воспринимал организационную культуру как сочетание определенных параметров: дистанция власти, нетерпимость к неопределённости, мужественность-женственность, коллективизм-индивидуализм, долгосрочность ориентации [17].

В исследованиях К. Камерона и Р. Куинна для выделения типов корпоративной культуры они использовались критерии эффективности, характеризующие склонность культуры к изменениям или стабильности, дискретности или порядку, а также которые подчеркивают гибкость, дискретность и динамизм, от критериев, акцентирующих стабильность, порядок и контроль. Критерии, оценивающие внутреннюю и внешнюю ориентацию сотрудников. Ученые предложили 4 типа организационной культуры, каждая из которых имеет определенный набор критериев эффективности [8].

В работах В. Флетчера и Ф.Джонсона организационная культура представлена как совокупность когнитивных интерпретаций сотрудниками окружающей их организационной среды, что приближает понятие организационной культуры к образу организации в субъективной картине мира сотрудника [13,15,21].

В диссертационном исследовании С.В. Мыскина в качестве значимых элементов организационной культуры выделены коллективные представления сотрудников о целях и социальной функции учреждения, выраженных в образе выпускника; оценка членами коллектива организационной культуры школы; уровень общительности педагогов. Следует отметить, что автором выделены социально-психологические составляющие организационной культуры образовательных организаций, а предприятия малого бизнеса не рассматривались [14].

В исследованиях М.А. Ганулича отмечено, что организационная культура предприятий малого бизнеса зависит от установок руководства по отношению к внешней среде и определены типы организационной культуры предприятий в зависимости от возраста организации [3].

В работах Ю.Э. Клейменовой акцентировано внимание на том, что карьерная успешность сотрудника связана с социально-психологическими особенностями организации, а именно со сплоченностью ее коллектива, единством целей. В трудах Н.К. Сулим проанализированы индивидуально-психологические характеристики сотрудников (коммуникативная компетентность, особенности темперамента, мотивационно-ценностные ориентации), оказывающие влияние на восприятие организационной культуры предприятия [16].

В трудах Л.Ю. Шураевой акцентировано внимание на связи эффективности организационной культуры, мотивации и ее нормативно-ценностных составляющих. А основными параметрами организационной культуры, влияющими на эффективность деятельности организации, исследовательница считает системы управления, коммуникаций и мотивации, отношение к деятельности, отношение к организации, уровень развития группы, отношения между подразделениями, удовлетворенность работой, удовлетворенность зарплатой [20].

В диссертационном исследовании Е.А. Черных отмечена роль организационной культуры управлении персоналом предприятия. Ученая выделяет внутренние и внешние факторы управления персоналом компании. Так, выявлено, что увеличение количества сотрудников имеет двойственную природу: с одной стороны, повышает устойчивость, а с другой, ослабляет духовное единство предприятия [18].

И.А. Ямщиков, анализируя ценностную составляющую организационной культуры, пришел к выводу, что основными ценностями, поддерживающими ее стабильность, являются: требования к высокому профессионализму и компетентности всех членов организации, необходимость эффективных коммуникаций среди них и верность компании. Он выделил глубинные базовые ценности (качество работы, взаимопонимание и взаимовыручка, компетентность, корпоративная самореализация, корпоративная идентификация) и промежуточные ценности (необходимость обучения и эффективность партисипативного стиля руководства компанией) [22].

В исследованиях М.А. Ионцевой определены основные социально-психологические механизмы формирования корпоративной культуры: «разделенное согласие» и «шеаринг», которые функционируют в форме диадического и внутригруппового взаимодействия на горизонтальном уровне и технология «расширяющегося ядра» и каскадная технология на вертикальном уровне. Мы считаем, что возможен перенос этих механизмов и на организационную культуру предприятий малого бизнеса [7].

Л.Н. Аксеновская, опираясь на этикоцентрированную модель культуры (А. Швейцер), этикоориентированную модель экономики (П. Козловски), этикоцентрированные модели человека и научного познания (русская «нравственная» философия), предлагает ордерный подход в исследовании организационной культуры, отмечая в качестве ее основных элементов системы этических смыслов участников взаимодействия [2].

Таким образом, организационная культура представляет собой особую совокупность социально-психологической и духовной составляющих, в рамках которых создается определенный психологический климат, формируются традиции и нормы, коллективные и индивидуальные ценности.

Основные элементы культуры организации можно представить в виде следующих диспозиций: стилей и норм поведения в организации, психологического климата, мотивации сотрудников, коллективных ценностей и смыслов.

Методы и методики исследования

Исследование проходило в два этапа. На первом этапе были выявлены основные социально-психологические характеристики организационной культуры предприятия малого бизнеса. В ходе констатирующего эксперимента применялись следующие методики: для диагностики организационной культуры организации методика ОСАИ; для определения параметров организационной культуры, выявления стилей и норм поведения, психологического климата – авторский опросник «Корпоративная культура предприятия малого бизнеса»[11]; для определения ведущей мотивации – Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф.Потемкиной; для выявления индивидуальных и коллективных ценностей и смыслов – методика «Смысложизненные ориентации» Д.А. Леонтьева.

В исследовании приняли участие 262 человека, работающих на 7 предприятиях малого бизнеса.

Результаты и обсуждение

Согласно результатам исследования, в числе предприятий-участников, нет организаций с чистыми типами организационной культуры. При этом есть тенденции к принятию решений, свойственных клановой культуре у организаций №1, №5, №7. Сотрудники этих предприятий воспринимают свое место работы позитивно, чтят традиции, с уважением относятся к руководителю.

У сотрудников предприятий № 4, № 6 выявлены тенденции к принятию решений из области адхократической культуры: сотрудники воспринимают свое место работы как динамичное предпринимательское и творческое, готовы экспериментировать, рисковать и нести ответственность за свои решения.

Тенденция к иерархической культуре наиболее выражена у предприятия №2. Сотрудники воспринимают это место работы как формализованное и обезличенное. Основная цель – поддержка высоких показателей деятельности любыми способами.

Предприятие №3 показало тенденцию к рыночной культуре. Сотрудники ориентированы, в первую очередь, на выполнение поставленных задач и привыкли действовать по алгоритму, предложенному руководителем. Как правило, в такой организации сотрудники конкурируют друг с другом.

Изучение социально-психологических параметров организационной культуры на каждом предприятии, участвующем в констатирующем эксперименте, показало достоверные различия по ряду характеристик (рис. 1).

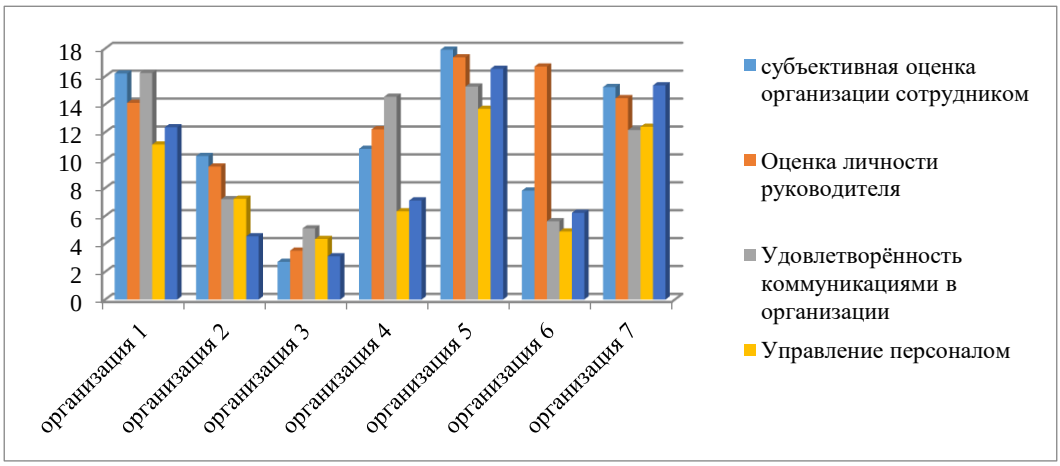

Рисунок 1 – Анализ социально-психологических параметров организационной культуры

Так, сотрудники предприятий №1, №5, №7, имеющих тенденцию к клановой культуре, показали высокий уровень по шкале «субъективная оценка организации сотрудником», что соответствует высокой удовлетворенности сотрудников организацией и своим местом в ней.

В тоже время, сотрудники организаций №4, №6, склонных к адхократической культуре и организации №2 (иерархическая культура), продемонстрировали средний уровень по этой шкале, что соответствует позитивному восприятию сотрудником организации и своего места в ней, что не исключает поиски других вариантов.

Для сотрудников организации №3 (рыночная культура) характерны низкие баллы по данной школе, что выражается в критическом отношении сотрудника к организации и желании сменить рабочее место, в частности.

Имеются достоверные различия по шкале «Оценка личности руководителя» для организаций с разными типами организационной культуры. Наиболее высокие оценки по этой шкале у сотрудников организаций, тяготеющих к клановой и адхократической культурам, что соответствует признанию руководителей несомненными лидерами.

Для организаций с иерархической культурой характерны средние баллы по данной шкале, что предполагает нормальное эмоциональное отношение работников к своему руководству, признание его позитивных и негативных черт. Сотрудники организации с рыночной культурой в данной выборке преимущественно низко оценили личность руководителя, что **х**арактеризует проблемы, возникающие у сотрудника в восприятии личности руководителя, включая негативное отношение к нему.

Высокий уровень удовлетворенности коммуникациями в организации демонстрируют представители клановых культур, что свойственно людям, считающим организацию своим домом и полностью принимающим нормы и правила коммуникации в ней. Среди респондентов выборки наиболее низкие баллы по шкале «Удовлетворённость коммуникациями в организации» показали представители рыночной культуры, что характеризует неудовлетворённость сотрудников психологическим климатом и стилем коммуникаций, принятом в организации.

Интересны результаты по шкале «Управление персоналом». Если для представителей клановой культуры характерны средние баллы, что соответствует удовлетворённости работы управленческой команды, но не исключает ситуативные проблемы. То, для представителей других культур чаще встречаются низкие баллы, что предполагает неприятие стиля и способов управления персоналом в организации сотрудниками.

Следует отметить, что по шкале «Уникальность идеи организации для сотрудника» высокие баллы характерны для сотрудников предприятий, тяготеющих к клановой культуре, что свойственно сильным развивающимся организациям. В тоже время сотрудники остальных организаций выборки показали преимущественно низкие результаты по данной шкале, что характерно для организаций, не имеющих устойчивых традиций и ритуалов, с отсутствием взаимного доверия и несформированной стратегией развития.

Изучение мотивации сотрудников указанных предприятий позволило выявить достоверные различия в выраженности отдельных мотивов у сотрудников с разными типами организационной культуры.

У сотрудников предприятий, имеющих тенденцию к клановой культуре, достоверно выражены ориентации на альтруизм, результат, труд и свободу.

В тоже время сотрудники предприятий, ориентированных на иерархическую культуру в большей степени ориентированы на процесс, чем на результат, что может привести к падению конкурентоспособности предприятия, хотя и является главной целью его управленческой политики.

Для сотрудников предприятий, имеющих тенденции к адхократической культуре, наиболее значимыми также являются мотивации на результат, альтруизм, труд и свободу. Однако в отличие от предприятий клановой культуры, ориентация на власть у сотрудников выражена слабее.

Для сотрудников предприятий с тенденцией к рыночной культуре характерны ориентации на результат, деньги, власть.

Анализ жизненных смыслов и целей сотрудников организаций с разными типами организационной культуры показал достоверные различия по шкалам «цели в жизни», «удовлетворённость жизнью» и «локус контроля-Я» для сотрудников предприятий с разными типами организационной культуры (рис. 2).

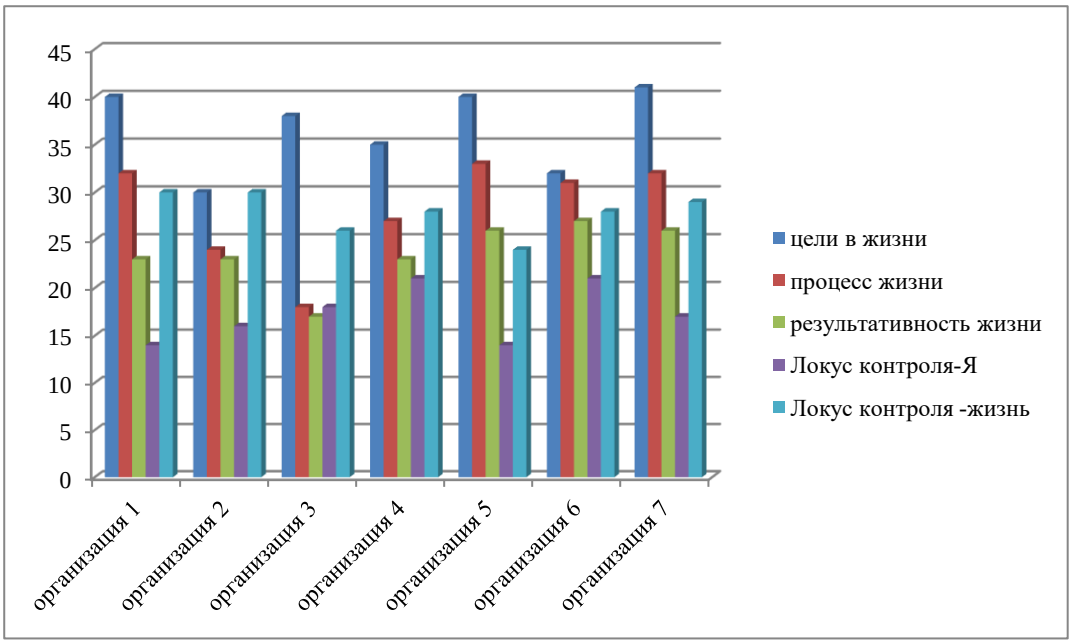

Рисунок 2 – Анализ жизненных смыслов и целей сотрудников организаций с разными типами организационной культуры

Как видно на рисунке 2, существуют достоверные различия (уровни достоверности 0,05 и 0,01) между предприятиями с разными типами организационной культуры по шкале «Цели в жизни». Наиболее выражены цели у сотрудников предприятий №1, №5, №7, тяготеющих к клановой культуре. Мы считаем, что это связано с более жёстким процессом управления, предполагающим ориентацию на результат работы, а не на процесс. Средний уровень по этой шкале имеют сотрудники предприятий №4, №6, склонные к адхократической культуре; сотрудники предприятия №2 с иерархической культурой; предприятие №3, сотрудники которого тяготеют к рыночной культуре. Мы связываем такие результаты с размытостью целей и отсутствием образа конечного результата в связи с постоянным подстраиванием организации под требования рынка.

Следует отметить, что результаты по шкале «Процесс жизни» лежат в среднем диапазоне для сотрудников предприятий со всеми перечисленными типами культуры, кроме рыночной. Сотрудники предприятия с этим типом культуры имеют низкий уровень по данной шкале, что также может быть связано со стрессовым состоянием персонала в связи с колебаниями рынка.

Интересны результаты по шкале «Локус контроля-Я» для организаций с разными типами организационной культуры. Все без исключения сотрудники показали средний уровень по этой шкале. Мы связываем такие результаты с переносом ответственности на руководителя.

Выводы и заключение

1. Социально-психологический подход к изучению организационной культуры предприятия включает исследование социально-психологического климата организации, его влияния

на ее экономическую эффективность, а также взаимосвязь типа организационной культуры с такими психологическими характеристиками личности как мотивация, смысложизненные ориентации.

2. Результаты проведенного исследования показали существенные различия в социально-психологических характеристиках предприятий с разными типами организационной культуры, а именно по показателям: субъективная оценка сотрудником организации, оценка личности руководителя, уровень удовлетворенности коммуникациями в организации, управление персоналом, уникальность идеи организации для сотрудника. Наиболее высокие результаты характерны для представителей клановой культуры, наиболее низкие – для представителей рыночной культуры.

3. Изучение мотивации и смысложизненных ориентаций сотрудников указанных предприятий позволило выявить достоверные различия в выраженности отдельных мотивов и показателей смысложизненных ориентаций у сотрудников в зависимости от типа организационной культуры. Так, для представителей клановой культуры выборки характерны ориентации на альтруизм, результат, труд и свободу, власть, цели в жизни,

4. В тоже время сотрудники предприятий, ориентированных на иерархическую культуру ориентированы на процесс, чем на результат и имеют средние показатели по всем изучаемым шкалам.

Для сотрудников предприятий, имеющих тенденции к адхократической культуре, наиболее значимыми также являются мотивации на результат, альтруизм, труд и свободу, средний уровень целеполагания и оринтация на результат.

Для сотрудников предприятий с тенденцией к рыночной культуре характерны ориентации на результат, деньги, власть и низкие показатели по школам «Цели в жизни».

Библиография

1. Allen, N. J., Meyer, J. P. (2000). Construct validation in organizational behavior research: The case of organizational commitment. In R.D. Goffin, E. Helmes (eds.). Problems and solutions in human assessment: Honouring Douglas N. Jackson at seventy (285–314).

2. Аксеновская Л.Н., Т.Ю. Базаров Управление организационной культурой// Российский психологический журнал, 2008. Т. 5. № 2. – С. 9-17.

3. Ганулич М.А. Внешняя адаптация и внутренняя интеграция предприятий малого бизнеса как результат влияния организационной культуры // Научные труды аспирантов и докторантов/ФНПК. Вып. 14. М.: Изд. МГСА: Социум, 2003

4. Гудкова Т.В. Особенности корпоративной культуры российских компаний: монография. М.: Проспект. 2016. 168 с.

5. Дробаха Ю.В. Корпоративная культура как фактор успешного развития компании (на примере «большой четверки») // Реформы в России и проблемы управления. 2017. С. 39-40.

6. Зонненфельд Д., Вард Э. Возвращение в бизнес. М.: Вершина. 2008. 312 с.

7. Ионцева М.А. Основные направления анализа корпоративной культуры вуза // Вестник университета. – № 1. – М.: Изд-во ГУУ, 2006.

8. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. — СПб: Питер, 2001. — 320 с

9. Клейменова Ю.Э. Социально-психологические критерии успешности карьеры предпринимателя. // Вестник университета (ГУУ). Серия: Социология и управление персоналом. №5 (21) / 2006. – С.74-82,

10. Колесников А.В. Корпоративная культура в системе управления. М.: Издательство Юрайт. 2019. 167 с.

11. Лучинкина А.И., Тищенко Н.А. Методические особенности исследования корпоративной культуры организации // Человеческий капитал. – 2021. № 7 (151). С. 87-94.

12. Макеев В.А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации. М.: ЛЕНАНД. 2016. 248 с.

13. Миронова Н.А. Корпоративная культура как регулятор поведения и мотивации сотрудников // Московский экономический журнал. 2019. № 8. С. 5-11.

14. Мыскин С.В. Психологические особенности организационной культуры образовательного учреждения [Электронный ресурс]: Дис. канд. психол. наук: 19.00.07. М.: РГБ, 2006. -24 с.

15. Перекрестова В.А., Фурсова П.В. Корпоративная культура и ее роль в жизни организации // Человек. Социум. Общество. 2020. № 8. С. 15-21.

16. Сулим Н.К. Организационная культура как фактор социальнопсихологической адаптации молодых специалистов // Психологическая помощь учащейся молодёжи в современном изменяющемся мире: материалы всерос. науч.-практ. конф., Курск, 18-19 окт. 2006 г. / под общ. ред. А. С. Чернышёва. – Курск, 2006. – С. 162-163.

17. Хофстеде Г. Cultures and organizations: software of the mind. Нью-Йорк: Mc Graw Hill. 2015. 279 с.

18. Черных Е. А. Методические подходы к определению и изучению организационной культуры предприятия. – М.: МАКС-Пресс, 2006. – 24 с.

19. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство: Построение, эволюция, совершенствование. СПб.: Питер. 2002. 335 с.

20. Шураева Л.Ю. Понятие и типология организационной культуры // Вестник ГУУ серия «Социология и управление персоналом». М., 2004, № 2 (9).

21. Щуров В.А., Комиссаров А.В. Введение в классическую теорию корпоративной культуры // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2010. №2. С.106-112.

22. Ямщиков И.А. Процессно-ориентированное обучение как базовая ценность корпоративной культуры – важнейший фактор повышения конкурентоспособности предприятия: Сборник тезисов семинара «Интегрированные системы менеджмента. Вопросы повышения эффективности деятельности организации». – Ярославль, 24-25.09.2003. -С.16-18.

FEATURES OF RESEARCH OF SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL COMPONENT OF ORGANIZATIONAL CULTURE

DOI: 10.25629/HC.2021.08.06

Tishchenko N.A., Luchinkina A.I.

Crimean Engineering and Pedagogical University named after Fevzi Yakubov

Abstract. The article analyzes the results of the study of the socio-psychological component of organizational culture. The authors emphasize the need to apply a socio-psychological approach to the study of organizational culture, including the socio-psychological climate, staff motivation, life-meaning orientations. In the study, organizational culture is viewed through the prism of its socio-psychological component, within which a certain psychological climate is created, traditions and norms, collective and individual values are formed. The empirical research model is based on the concepts of foreign and domestic scientists, which made it possible to consider organizational culture as an integral phenomenon.

Research methods and techniques. In the course of the ascertaining experiment, the following techniques were used: to diagnose the organizational culture of an organization, the OSAI technique; to determine the parameters of organizational culture, identify styles and norms of behavior, psychological climate – the author's questionnaire "Corporate culture of a small business enterprise"; to determine the leading motivation – Methodology for the diagnosis of socio-psychological attitudes of

the individual in the motivational-need-sphere of O.F. Potemkina; to identify individual and collective values and meanings – the methodology "Meaningful orientations" by D.A. Leontyev.

The study revealed significant differences in the selected parameters among employees of enterprises with different types of organizational culture, namely, in terms of indicators: subjective assessment by an employee of the organization, assessment of the leader's personality, the level of satisfaction with communications in the organization, personnel management, the uniqueness of the idea of an organization for an employee, in expression individual motives and indicators of life-meaning orientations.

Key words: organizational culture, enterprise, socio-psychological component, psychological climate, motivation, life-meaning orientations.