

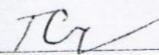
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Рубцовский институт (филиал) федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Кафедра общественных дисциплин

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (бакалаврская работа)

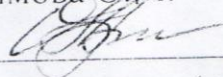
Тема: Особенности ценностных ориентаций сотрудников
при различных типах организационной культуры
(на примере ТОО «Аpartamenty.kz»)

Выпускную квалификационную работу
(бакалаврскую работу)
выполнила студентка
5 курса, группы 1236з
Волненко Т.С.



(подпись)

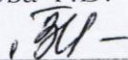
Научный руководитель:
канд.психол.наук, доцент
Любимова О.М.



(подпись)

Выпускная квалификационная
работа (бакалаврская работа)
защищена

Допустить к защите
И.о. зав. кафедрой
канд.ист.наук, доцент
Ионова Т.В.



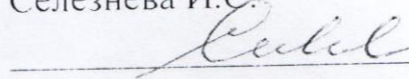
(подпись)

«25» июня 2018 г.

Оценка отлично

Председатель ГЭК

Селезнева И.С.



(подпись)

«15» июня 2018 г.

Рубцовск 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОТРУДНИКОВ ПРИ РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ	10
1.1 Теоретико-методологические основания исследования и типологизации ценностей и ценностных ориентаций личности	10
1.2 Проблема взаимосвязи индивидуальной системы ценностных ориентаций сотрудника и организационной культуры организации.....	15
1.2.1 Понятие, структура, функции и виды организационной культуры	22
1.2.2 Анализ эмпирических отечественных и зарубежных исследований взаимосвязи индивидуальной системы ценностных ориентаций сотрудника и организационной культуры организации	33
Глава 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОТРУДНИКОВ ПРИ РАЗНЫХ ТИПАХ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ТОО«APARTAMENTY.KZ»	41
2.1 Программа и методика проведения эмпирического исследования	41
2.2 Анализ и интерпретация результатов эмпирического исследования	53
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	61
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	64
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	71
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	73
ПРИЛОЖЕНИЕ 3	78
ПРИЛОЖЕНИЕ 4	81
ПРИЛОЖЕНИЕ 5	84
ПРИЛОЖЕНИЕ 6	85

ПРИЛОЖЕНИЕ 7	86
ПРИЛОЖЕНИЕ 8	87

ВВЕДЕНИЕ

Ценности и ценностные ориентации личности всегда были под пристальным вниманием исследователей самых различных направлений. Ценности служат базисными ориентирами и нормами жизнедеятельности человека, они определяют его поведение и формы взаимодействия с рабочим коллективом.

Ценности - это ядро организационной культуры, что определяет непосредственную связь между тем или иным типом организационной культуры и ценностями, на основе которых они формируются. С этим утверждением соглашаются все зарубежные и отечественные авторы, занимающиеся изучением организационной культуры. Однако ценности, декларируемые организационной культурой, не появляются в ней случайно: они являются результатом объединения и формирования общих ценностей основателей организации, ее руководителей и первых лиц в организации.

Ценности отдельной личности обычно воспринимаются как индивидуальные формы репрезентации общественных ценностей. Они представляют собой базовые представления о том, что определенные идеи, цели, формы поведения или институты являются индивидуально или социально предпочтительнее иных идей, целей, форм поведения и т.д. Таким образом, ценности определяют значимость тех или иных социальных идей или форм поведения, в том числе и значимость организационных ценностей для сотрудников.

При взаимодействии ценностей организационной культуры с ценностями человека, ценности человека могут меняться в различной степени в зависимости от силы организационной культуры.

Ценностью является то, что наиболее важно для человека, то, что он старается оберегать и защищать от захвата и уничтожения со стороны других людей. Как правило, под личностными ценностями подразумевают осознанную и принятую человеком совокупность элементов смысла его жизни. Ценности личности

необходимо обеспечивать эмоционально переживаемым, смысловым, задевающим личность отношением к жизни.

На формирование ценностей влияют происходящие в обществе экономические и социальные деформации. Однако ценности не статичны, они могут трансформироваться в течение всего жизненного пути индивида. Факторами, оказывающими влияние на трансформацию ценностей могут выступать социальные и политические процессы в обществе, комплексные общественные явления. Формирование и трансформация ценностных ориентаций происходит в тесной взаимосвязи с различными личностными свойствами. К таким свойствам можно отнести: направленность в общении, самоотношение, преобладающий тип отношения к людям, направленностью личности, экономико-психологические характеристики и другие.

Очевидно, что социально-экономическая ситуация в обществе также актуализирует те или иные социально-культурные ценности, принимаемые личностью, которые непосредственно влияют на формирование организационных ценностей и норм. Данный процесс проявляется в изменениях ценностных установок руководителей и создателей бизнеса, что непосредственно влияет на формирование организационной культуры предприятия.

Более высокий уровень социально-экономического развития общества подразумевает более высокий уровень потребностей, которые члены этого общества стремятся удовлетворить, а также более высокий уровень ценностей, представленных в организационной культуре. Последнее обстоятельство позволяет нам сделать вывод о том, что развитие организационной культуры происходит по спирали – социально-экономический прогресс обуславливает насыщение организационной культуры новыми ценностями и способствует наступлению нового витка ее развития.

Актуальность исследования определяется тем, что в последние годы происходит серьезная трансформация базовых социальных процессов и социальной структуры общества, появляются новые социальные слои, новые виды деятельности, изменяется мировоззрение. Новообразования в формах бизнеса, обострение конкуренции, изменение форм собственности в организациях и заимствование западных технологий менеджмента - все эти факторы способствуют изменению организационных процессов, в частности, - процессов принятия управленческих решений, и, в целом, появлению специфики в деятельности руководителя в зависимости от организации, которой он руководит.

В условиях глобализации и перехода в постиндустриальную фазу развития общество приобретает ряд особенностей, таких как динамичность и ориентация на опыт более развитых западных стран. В результате происходит серьезная «проверка» и трансформация сложившихся стереотипов экономического, трудового и организационного поведения. В первую очередь данные процессы затрагивают мотивационно-ценностную сферу сотрудников.

Логично предположить, что изменения ценностных ориентаций сотрудников прямо или косвенно оказывают определенное влияние на многие «рабочие» процессы и состояния в организации: самочувствие и деятельность коллектива, взаимодействие с партнерами и клиентами, состояние внутренней и внешней организационной среды, и в целом, функционирование и развитие организационной системы.

На сегодняшний день исследования организационных проблем и вопросов управления различными социальными, экономическими и прочими системами весьма многочисленны. Но предпринимаются они по преимуществу в рамках теории менеджмента, экономических и ряда социально-экономических теорий. К сожалению, исследования организационно-управленческих проблем в контексте изменения ценностных ориентаций еще не так многочисленны, не так представлены в печати, как того требуют время и наша реальность. Новые исследования помогут теоретикам и практикам выйти на принципиально иной уровень.

Объект исследования: ценностные ориентации сотрудников.

Предмет исследования: ценностные ориентации сотрудников при разных типах организационной культуры на примере компании ТОО «Apartamenty.kz».

Цель исследования: Особенности ценностных ориентаций сотрудников при разных типах организационной культуры на примере компании ТОО «Apartamenty.kz».

Для реализации поставленной цели и проверки выдвинутых гипотез в исследовании были определены следующие задачи:

1) провести теоретический анализ зарубежных и отечественных подходов к проблеме исследования организационной культуры и личности;

2) разработать программу эмпирического исследования, включающую подготовку комплекса психодиагностических методик, направленных на изучение образа организационной культуры и индивидуальных ценностей личности, уровня лояльности и удовлетворенности трудом;

4) выявить взаимосвязь между типом организационной культуры и ценностными ориентациями сотрудников, удовлетворенностью трудом и лояльностью.

Гипотезы:

1. Вероятно, принятие корпоративной культуры взаимосвязано с проявлением лояльности к организации и удовлетворенности трудом:

1.1 Предположительно, что сотрудники склонные к клановой культуре в большей степени проявляют удовлетворенность трудом и лояльность к организации.

1.2 Предположительно, те сотрудники, которые склонные к принятию рыночной культуры, не проявляют лояльность к организации и слабо удовлетворены трудом.

2. Вероятно, совокупность индивидуальных ценностей различна для каждого типа организационной культуры, к которому относят себя сотрудники компании, а именно для типа «Клановой культуры» характерно наличие коммуникативного взаимодействия между сотрудниками, для типа «Адхократической культуры» -

проявление социальной активности и стремление к новаторству, а для «Рыночного типа культуры» - материальное благополучие и престижная позиция сотрудника.

Теоретико-методологические основания:

✓ Теоретические подходы к изучению организационной культуры Э.Х. Шейн, Т. Деал, А. Кеннеди, М. Магура.

✓ Организационные ценности в основе типологии организационной культуры - К. Камерон, Р. Куинн, Г. Хофштеде.

✓ Подходы к изучению ценностей, направленности личности М. Шелер, М. Рокич, В.Я. Ядов, А. Маслоу.

✓ Ценностных ориентаций отдельных социальных групп С.С. Бубнова.

Методики исследования:

✓ «Инструмент оценки организационной культуры (OCAI)» (Камерон, Куинн, 2001).

✓ Методика диагностики реальной структуры ценностных ориентаций С.С. Бубнова.

✓ Методика определения интегральной удовлетворенности трудом А.В.Батрашева.

✓ Шкала Терстоу на «Оценка организационной лояльности».

Представленная работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложений.

Во введении обозначены актуальность темы, определены объект, предмет, цель исследования, задачи исследования, сформулированы гипотезы, перечислены методы, используемые для их подтверждения, обозначены теоретическая и практическая значимость.

В первой главе «Теоретико-методологические подходы к исследованию ценностных ориентаций сотрудников при различных типах организационной культуры, рассмотрены типологии ценностей и ценностных ориентаций личности, проблема взаимосвязи индивидуальной системы ценностных ориентаций

сотрудника и организационной культуры организации, понятие, структура, функции и виды организационной культуры.

Во второй главе «Эмпирическое исследование ценностных ориентаций сотрудников при разных типах организационной культуры на примере компании ТОО «Apartamenty.kz», проведен обзор методик диагностики ценностных ориентаций, организационной культуры, лояльности, удовлетворенности трудом, описаны результаты исследования.

В заключении сделаны выводы по проведенной аналитической и исследовательской работе.

В приложении описаны методики, использованные для проведения эмпирического исследования; помещены таблицы результатов математической обработки данных.

Глава 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОТРУДНИКОВ ПРИ РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

1.1 Теоретико-методологические основания исследования и типологизации ценностей и ценностных ориентаций личности

Научная проблема ценностей и ценностных ориентаций впервые была обозначена в философских и социологических исследованиях, откуда и пришла в педагогику и психологию. В первых психологических исследованиях ценностей основной проблемой изучения выступила двойственность природы ценностей - уже для первых исследователей стало очевидным, что ценности личности являются индивидуальными и одновременно имеют социальную природу. Согласно В. Дильтею, главным предметом анализа описательной или понимающей психологии является «душевная жизненная связь», включающая «как основные отношения наших представлений, так и постоянные определения ценностей, навыки нашей воли и господствующие целевые идеи» и содержащая, таким образом, «правила, которым, хотя мы часто это и не сознаем, наши действия подчиняются». Содержанием душевной жизни, по В. Дильтею, являются эмоции, чувства, представляющие собой личностное выражение ценности [27].

Одной из самых распространенных и обобщающих типологий ценностей является их разделение на ценности-цели и ценности-средства. Фундамент этой типологии заложен этической концепцией немецкого ученого М. Шелера, который по праву считается одним из основоположников аксиологии.

В своей типологии ценностей М. Шелер исходит из того, что все человеческие ценности можно представить в виде двух наслаивающихся друг на друга порядков. Один из них выстраивает ценностную иерархию по критерию моральности, имеющей объективный характер. По восходящей этот порядок представлен, по

М.Шелеру, следующим образом: ценности ощущений; витальные ценности; духовные и религиозные ценности[65].

Другой порядок отражает отношение между «высотой» ценности и ее «сущностным» носителем. Здесь М. Шелер выделяет восемь групп ценностей. Их иерархия (от более высоких к более низким) следующая: личностные и предметные ценности; собственные и чужие ценности, обладающие одинаковым статусом; ценности актов, функций, реакций; ценности убеждения, действия, успеха; ценности интенции и ценности состояния; ценности оснований, форм, отношений; индивидуальные и коллективные ценности; наконец, самостоятельные и производные.

В рамках собственно социологического анализа ценностей их разделение на ценности-цели и ценности-средства предпринял М. Рокич. Теоретические посылки, на которых М. Рокич строил свой эмпирический анализ, сводились к следующему: 1) общее количество действительно значимых и поэтому мотивирующих человеческое поведение ценностей невелико; 2) схожие ценности, носителями которых выступают люди, обладают для каждого из них различной значимостью; 3) все ценности организованы в системы; 4) корни ценностей конкретного человека мы обнаруживаем в культуре тех или иных социальных общностей, социальных институтов, в структуре сознания личности; 5) ценности воздействуют на функционирование целого ряда социальных феноменов, находящихся в фокусе внимания различных социогуманитарных наук[65].

Исходя из этого, Рокич делит человеческие ценности на терминальные (для него это главные ориентиры поведения личности, ее цели и идеалы) и инструментальные (средства достижения поставленных целей и реализации идеалов). Терминальные ценности М. Рокич, в свою очередь, подразделяет на личностные и социальные, а инструментальные - на ценности морали и ценности компетентности.

Тем не менее, следует полагать, что разделение ценностей на два основных типа весьма относительно, как и любая другая типология. В данном

случае относительность детерминирована тесной функциональной зависимостью, существующей между терминальными и инструментальными ценностями. Прежде всего, эта зависимость проявляется в возможности их взаимозамещения. Речь идет о том, что в определенной ситуации терминальная ценность может стать инструментальной и наоборот. Более того, одна и та же ценность может быть и терминальной, и инструментальной одновременно. И это зависит не только от ее носителей (для кого-то ценность, например, образования, может быть терминальной, для кого-то - только инструментальной). Возможны варианты, когда один и тот же человек воспринимает ту или иную ценность и как цель, и как средство.

Многие исследователи XX века основывали свою типологию ценностей, исходя из человеческих потребностей, рассматривая их как наиболее глубокие образования в структуре человеческого сознания.

Так, Э. Фромм классифицирует ценности в соответствии с пятью выделенными им группами потребностей. Это потребность в общении (межличностные связи, любовь, дружба); потребность в творчестве; потребность в безопасности; потребность в самоидентификации и, наконец, потребность в познании окружающего мира. Данная классификация базисных потребностей личности оказалась весьма продуктивной, равно как и типология потребностей, представленная известным американским психологом А. Маслоу. Фактически отождествляя потребности и ценность, А. Маслоу в своей иерархической типологии потребностей от физиологических потребностей (в пище, одежде, жилище, репродуктивная потребность и т.д.), которые он называет первичными элементами в мотивации поведения личности, восходит к потребностям экзистенциальным (потребность в безопасности, уверенность в завтрашнем дне, стабильности условий жизнедеятельности и др.), социальным (потребность в общении, заботе о других людях, привязанность к определенному коллективу и т.д.), потребностям престижа (потребность в уважении, признании, высокой оценке со стороны других людей в профессиональной карьере, повышении социального статуса и т.д.) и, наконец, к

потребностям самовыражения, реализации духовных потребностей, что, прежде всего, актуализируется в творчестве. При этом А. Маслоу полагает, что активизация потребностей более высокого ранга происходит лишь при условии удовлетворения потребностей, находящихся в основании представленной иерархии.

Представляется, что динамические, как и консервативные характеристики ценностей, в том числе, помогают выявить их типологию по критерию распространенности. Имеется в виду типология, разработанная и активно используемая в исследовательской практике такими российскими и украинскими социологами, как В.А. Ядов, Н.И. Лапин, Н.Ф. Наумова, И.М. Попова и др. Применяя критерий распространенности, названные выше и многие другие ученые-социологи делят систему ценностей и ценностных ориентаций на общепринятые; доминирующие; ценностную «периферию» или суждения влиятельной оппозиции[65].

С точки зрения исследователей проблем ценности, особое значение имеет понятие ценностные ориентации, которое наиболее глубокую теоретическую и эмпирическую интерпретацию получило в работах В.А. Ядова. Понимая под ценностными ориентациями «разделяемые личностью социальные ценности, выступающие в качестве целей жизни и основных средств их достижения», российский ученый видит в них важнейшие регуляторы социального поведения индивидов. В своей теории диспозиционной структуры личности В.А. Ядов подчеркивает, что ценностные ориентации образуют высший уровень иерархии предрасположенностей человека к определенному восприятию условий своей жизнедеятельности и к поведению в долгосрочной перспективе. Именно ценностные ориентации, считает В.А. Ядов, выступают критериями принятия жизненно важных решений в ситуациях морального выбора[65].

Однако заметим, что в такой интерпретации ценностные ориентации практически отождествляются с ценностями: те же функции (регуляция поведения личности или социальной группы), тот же механизм формирования (процесс

социализации), те же критерии классификации и типологии (по субъекту; по сферам жизнедеятельности; по соотносённости с потребностями и т.д.).

Сегодня ценностные ориентации (или реже - предпочтения) рассматривают как определенную совокупность иерархически связанных между собой ценностей, которая задает человеку направленность его жизнедеятельности[23].

Включение ценностных ориентаций в структуру личности позволяет установить общие социальные детерминанты, мотивирующие поведение, истоки которых следует искать в социально-экономической природе общества, его морали, идеологии, культуре, в особенностях социально-группового сознания той среды, в которой шел процесс формирования социальной индивидуальности и где проходит повседневная жизнедеятельность человека.

В целом, ценностные ориентации - это понятие, отражающее положительную или отрицательную значимость для личности предметов или явлений социальной действительности.

Ценностные ориентации - это важнейшие элементы внутренней структуры личности, закрепленные личностным опытом индивида, всей совокупностью его переживаний и ограничивающие значимое, существенное для данного человека от незначимого, несущественного.

Система ценностей личности составляет основу ее ценностных ориентаций и ценностных установок, которые, в свою очередь, выступают в качестве критерия выбора вариантов деятельности, поведения, принятия решений. Целостная, устойчивая система ценностных ориентаций личности делает ее способной определить свое отношение к миру, к культуре своего народа, к своей собственной жизни, сориентироваться в системе координат социального пространства.

Ценностные ориентации личности образуют высший уровень иерархии предрасположенностей к определенному восприятию условий жизни и деятельности, а также поведению в долгосрочной перспективе, а в ситуациях нравственного выбора они служат опорными критериями принятия жизненно важных решений.

Непротиворечивость ценностных ориентаций личности - показатель ее устойчивости: зрелости, целостности и т.д. Хотя устойчивость ценностных ориентаций достаточно важна для любого социального субъекта, противоречивость ценностных ориентаций - одно из свидетельств необходимости пристального внимания к личности, активного включения воздействующих механизмов, способных стабилизировать систему ценностных ориентаций. Доминирование противоречивых систем ценностных ориентаций может привести не только к негативным последствиям для личности, но и оказать аналогичное воздействие на социальное окружение индивида.

Ценностные ориентации человека складываются в определенную систему, имеющую (в виде подсистем) три основных направления: социально - структурные ориентации и планы; планы и ориентации на определенный образ жизни; деятельность и общение человека в сфере различных социальных институтов.

1.2 Проблема взаимосвязи индивидуальной системы ценностных ориентаций сотрудника и организационной культуры организации

В представлении Э. Шейна, «уровни культуры охватывают как вполне осязаемые внешние проявления, доступные органам чувств, так и глубинные подсознательные базовые представления, - так называемая сущность культуры. Между этими двумя полюсами находятся разного рода коллективные ценности, нормы и правила поведения, используемые носителями данной культуры для ее представления» [7].

Первый уровень - «артефакты» - включает в себя зримые группы, такие как: технология и продукты деятельности организации; профессиональный язык; характерный стиль, воплощаемый в манере общения, эмоциональной атмосфере, мифах и историях, связанных с организацией; архитектура материального окружения организации; описание принятых ценностей; внешние ритуалы; корпоративные праздники и церемонии и т.д.

Второй, или подповерхностный, уровень представляет собой поддерживаемые ценности. Поддерживаемые ценности, на основе которых вырабатываются нормы и формы поведения в организации, являются ядром организационной культуры.

С точки зрения аксиологии ценности представляют собой свойства общественного предмета удовлетворять определенным потребностям отдельного человека или группы.

Ценности, разделяемые и декларируемые основателями и наиболее авторитетными членами организации, становятся ключевым звеном сплоченности сотрудников, формирующим единство взглядов и действий, что обеспечивает достижение целей организации.

«Организационные ценности - все окружающие объекты, в отношении которых члены организации занимают позицию оценки в соответствии со своими потребностями» [13].

Действительно, ценностные отношения не возникают до тех пор, пока субъект не обнаружил для себя проблематичность удовлетворения актуальной потребности. Применительно к организационной культуре ценности можно определить как целевое и желательное событие, поскольку личность всегда занимает позицию оценки по отношению ко всем элементам окружающей ее внешней среды. Ценности в данном случае служат стимулом, необходимым условием для любого рода взаимодействия.

В силу социального неравенства, существующего как в обществе, так и в любой организации, ценности среди людей распределяются неравномерно. Именно на неравном распределении ценностей строятся отношения власти и подчинения, все виды экономических отношений, а также отношения дружбы, партнерства и любви.

Распределение ценностей в социальной группе, среди сотрудников компании можно назвать ценностным образом данной группы или организации. С точки зрения отдельного сотрудника, каждый может занимать индивидуальную ценностную позицию внутри организации в рамках общего ценностного образа.

Ценностные образы и позиции изменяются в процессе межличностного взаимодействия и обмена ценностями.

Функциональная роль существования ценностей организации целеполагающая, так как без единой системы ценностей организации не могли бы устойчиво функционировать и достигать поставленных целей [56].(Рисунок 1)

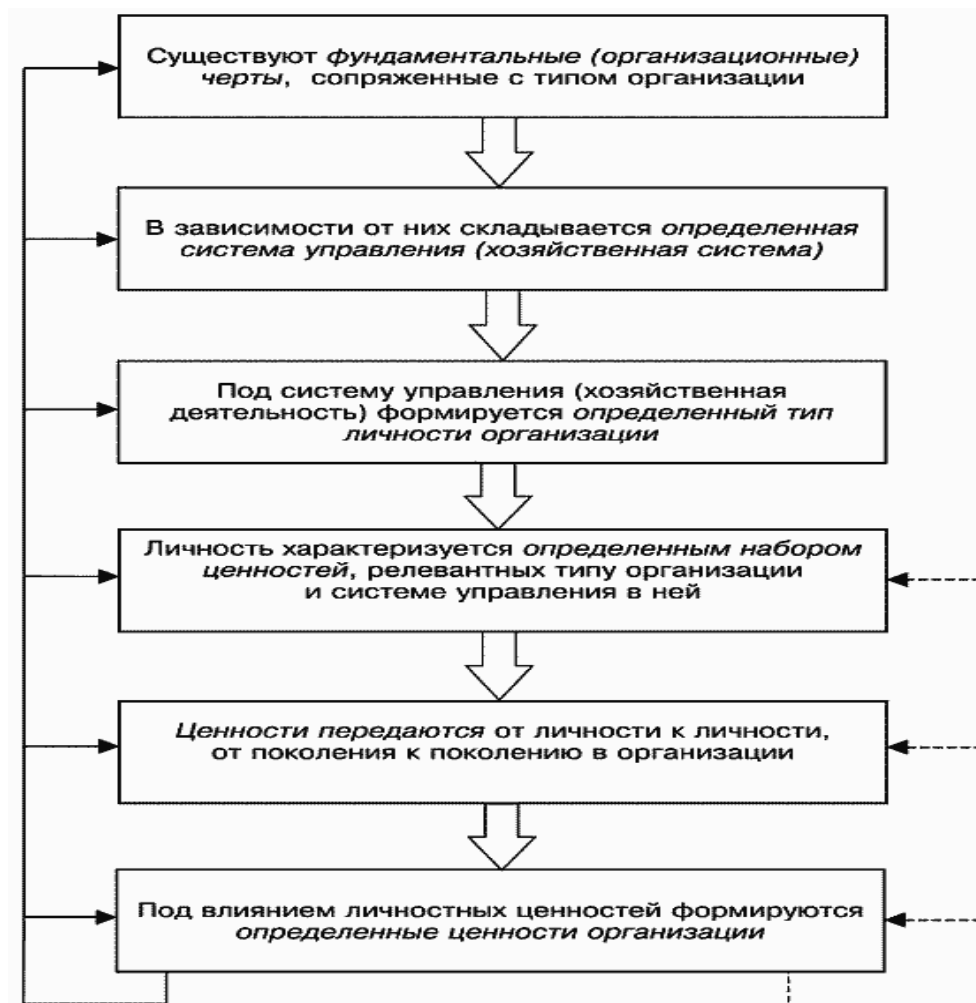


Рисунок 1.Схема формирования ценностей организационной культуры

Процесс перехода одних форм ценностей в другие и механизм влияния организационной культуры на поведение персонала организации являются основой функционирования ценностной модели культуры организации (Рисунок 2).

Предложенная ценностная модель организационной культуры отражает динамику культурных комплексов и культурного пространства организации в целом [13].



Рисунок 2.Ценностная модель организационной культуры

Организационно-культурные ценности, идеалы усваиваются сотрудниками и начинают побуждать их активность в качестве «моделей должного». В результате чего происходит предметное воплощение этих моделей. Предметно воплощенные ценности, в свою очередь, становятся основой для формирования организационных идеалов и так далее до бесконечности [13].

Структурирование ценностных элементов составляет основу мотивационной системы индивидов, объединенных в группы. Таким образом, мотивационная система трудового коллектива организации является не только основой концепции организационной культуры, но и имеет взаимосвязи с организацией, рассматриваемой как экономический объект.

Третий уровень организационной культуры - базовые представления. Базовые представления отличаются от того понятия, которое некоторые антропологи именуют доминирующими ценностными ориентациями. В этом смысле базовые представления подобны тому, что С. Арджирис называет «привычными теориями», или определяющими поведение участников группы безусловными представлениями[56].

По мнению И.В. Грошева, приверженца системного подхода в изучении организационной культуры, содержание элементов организационной культуры обнаруживается в правовой, политической, экономической и социально-психологической сферах деятельности организаций. При этом «экономическая культура включает в себя: культуру производства (организации труда, условий, средств), культуру распределения, культуру потребления, культуру обмена. Социально-психологическая включает в себя: культуру руководителей, сотрудников; этическую и эстетическую культуру; культуру поведения, мотивации; культуру коммуникации; культуру разрешения конфликтов [13].

Таким образом, организационная культура может рассматриваться как целостный и эффективный инструмент управления организацией только в случае наличия сформировавшейся и неизменной структуры доминирующих ценностных ориентаций и наличия определенной иерархии ценностных ориентаций трудового коллектива, что и будет составлять сущность культуры организации.

Однако именно функции организации должны задавать специфику сущности организационной культуры ее коллектива. При этом иерархическая структура ценностных ориентаций сотрудника является отражением его индивидуальных потребностей и не всегда совпадает со структурой культуры организации.

Следовательно, в данной ситуации психологически глубокое осознание и принятие сотрудником ценностей организационной культуры на базовом уровне серьезно затрудняется. Данное положение задает новое «системообразующее» условие, определяющее ситуацию эффективности управления организацией:

структура системы ценностей организационной культуры совпадает и соотносится с ценностной моделью структуры личности трудового коллектива.

Сила влияния организационной культуры, ее ценностного ядра на ценностную систему работника в период его профессиональной деятельности неоспоримо велика. Когда новый сотрудник попадает в коллектив с иными ценностями и базисными представлениями, его взгляды могут быть быстро скорректированы, так как он поймет, что все остальные придерживаются иной точки зрения. В его сознании зародится сомнение в правильности его суждений. Однако это возможно, если в группе есть устоявшаяся и очевидная всем система ценностей и представлений. Культура сильна именно потому, что коллективные представления усиливают друг друга. В таком случае обретению общей основы, позволяющей обеим сторонам изъяслять свои представления, может способствовать лишь некая третья сторона - менеджер.

С помощью манипуляции морально-этическими и профессиональными ценностями, прививаемыми организационной культурой, менеджеры могут самостоятельно создать новый «идеальный образ Я» для своих подчиненных и укоренить его в умах и сердцах работников. Единственным условием становится правильное определение той ценностной конструкции, которая бы одновременно поддерживала, связывала воедино цели организации с целями самих работников, удовлетворяла и потребностям организации, и потребностям ее трудового коллектива.

При этом важным фактором защиты «Я» является убежденность человека в том, что он контролирует события своей жизни. Человек не любит тревожиться и предпочитает думать, что происходящее вполне соответствует его представлениям, даже в тех случаях, когда это приводит к искаженному и противоречивому восприятию и истолкованию. В таких психологических процессах культура обретает большую силу. Культура как набор базовых представлений четко определяет, какой должна быть эмоциональная реакция на происходящее, какие действия следует предпринимать в той или иной ситуации, на что надо обращать внимание, а также

объясняет смысл тех или иных предметов. Иными словами, содержит тот набор понятий и действий, который формирует убежденность человека в том, что он контролирует и управляет и конкретной ситуацией, и своей жизнью. Потребность в такого рода защите «своего Я», так же как и предыдущая (поддерживание «образа Я»), попадает в разряд поддающихся регуляции через внешние стимулы.

Рассмотрим механизмы внедрения лидерами культурных основ в ситуации, при которой организационная модель культуры требует изменений (Таблица 1).

Показанные в таблице шесть первичных механизмов являются эффективными средствами, с помощью которых лидеры (руководители) внедряют свои собственные представления.

Таблица 1. Механизмы внедрения культурных основ.

	Первичные механизмы внедрения культурных основ	Вторичные механизмы внедрения культурных основ
1	На что обращают внимание, что оценивают и что контролируют лидеры	Структура и устройство организации
2	Как лидеры ведут себя в критических случаях и при организационных кризисах	Организационные системы и процедуры
3	Объективные критерии распределения дефицитных ресурсов	Организационные обычаи и ритуалы
4	Сознательное ролевое моделирование, обучение и наставничество	Дизайн физического пространства, фасадов и зданий
5	Объективные критерии определения уровня вознаграждения и статуса работника	Истории, легенды и мифы об определенных лицах и событиях
6	Объективные критерии при найме, отборе, продвижении, переводе и увольнении работников организации	Официальное провозглашение организационной философии, ценностей и убеждений

Вторичные механизмы могут быть эффективными средствами в формировании «сильной» организационной культуры, если, конечно, лидер сможет использовать их должным образом.

Данные механизмы внедрения культурных основ создают так называемый корпоративный климат организации. На первой стадии развития организации этот климат определяется лидером, на более поздних стадиях - является отображением и проявлением общих культурных представлений.

Наиболее оптимальный способ измерения эффективности процесса формирования культуры представляет собой проверку ее соответствия итоговой модели организационной культуры.

По мнению Т. Янца, «соответствие организационной культуре предполагает ситуацию, когда все члены организации знают, что нужно делать; обладают профессиональной подготовкой и способностями делать то, что необходимо; хотят делать то, что нужно для организации, чтобы выполнить поставленные цели».

1.2.1 Понятие, структура, функции и виды организационной культуры

В XX веке начался процесс изучения организационного поведения людей. Возникло новое направление в науке об управлении предприятием. Исследователи, искавшие пути успешной деятельности предприятий, обнаружили существование «корпоративной культуры», которую необходимо учитывать в деятельности различных организаций. Но когда мы говорим о деятельности организаций различного типа, (а не только о корпорации) правильнее использовать понятие «организационная культура[61].

Ким С. Камерон и Роберт Э. Куинн отмечают, что концепция организационной культуры имеет истоки в двух разных дисциплинах: антропологии (например, в формулировке «организации - это культуры») и социологии (например, в формулировке «организации обладают культурами») [36].

Имеются различные точки зрения о сущности организационной культуры.

Э. Шейн рассматривает организационную культуру как своеобразный способ адаптации организации к социокультурной среде. Организационная культура - это «совокупность основных убеждений, сформированных самостоятельно, усвоенных или разработанных определённой группой, по мере того как она учится разрешать проблемы адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, которые оказались

достаточно эффективными, чтобы считаться ценными, а потому передаваться всем членам в качестве правового образа восприятия, мышления и отношения людей к конкретным проблемам». В таком понимании опускается вопрос о том, насколько разработанные определённой группой убеждения могут стать убеждениями для других людей, и что для этого нужно было бы делать менеджерам, так же он определяет культуру группы (а также и организации) как паттерн коллективных базовых представлений, обретаемых группой при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции, эффективность которого оказывается достаточной для того, чтобы считать его ценным и передавать новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения названных проблем [76].

Согласно Герту Хофштеде организационная культура - «коллективное программирование мыслей, которое отличает членов одной организации от другой». В то же время, Говард Шварц и Стенли Дэвис утверждают, что культура компании может быть определена как некая совокупность ожиданий и убеждений членов организации, которые формируют нормы, влияющие на индивидуальное и групповое поведение. Также П.Б. Вейл утверждает, что корпоративная культура является системой отношений, действий и артефактов, которая выдержавшая испытание временем и сформировавшая у участников культурного общества уникальную психологию, общую и характерную для них. Кроме того, согласно Гарету Моргану, корпоративная культура - совокупность, комплекс правил поведения, символов, ритуалов, традиций и ценностей, принятых в организации, обязательный для всех её работников, разделяемый и исполняемый ими [77].

Организационная культура является важнейшим элементом достижения целей, повышения эффективности и инновационной организации. В организационную культуру в качестве ее элементов входят ценности: материальные, духовные. Социальные, возникающие в процесс трудовой деятельности организации, отражающие ее неповторимость и уникальность. Ценности существуют в самых разнообразных формах. Это могут быть нормы поведения,

особенности общения, установки и ценностные ориентации, кодексы и стандарты трудового поведения. Особую роль в корпоративной культуре играют такие ее элементы как кодексы и нормы поведения, цели организации, ее миссия, ритуалы и традиции. Ценности определяют, то что важно для данной организации, к чему она должна стремиться (высокое качество продукта, инновационность, добросовестный труд и. т. п.). К внутренним ценностям организации относятся и философские идеи, на которые она опирается и концентрированным выражением которых является деловое кредо организации, выражающее цель ее деятельности. Нормы и правила - это основа поведенческого блока организационной культуры. Они служат ориентирами в отношениях сотрудников к работе, между собой и с руководством[16]. Сотрудники должны подбираться так, чтобы их ценностные ориентации совпадали с нормами и целями организации. Политика компании по поддержанию и внедрению определенного типа культуры должна быть направлена на сплоченность коллектива и ставить профессиональный рост сотрудника в зависимость от его лояльности по отношению к корпоративной культуре. На степень принятия организационной культуры индивидом также влияет и совпадение целей организации и работника, прежде всего в плане удовлетворения потребностей.

Важно отметить, что в литературе понятия «корпоративной культуры» и «организационной культуры» в большинстве случаев тождественны. Данный подход опирается на предположение, оба понятия культуры определяются с использованием одной и той же терминологии (используются понятия философии, идеологии, ценностей, ожиданий, норм, присущих организации и разделяемых всеми ее членами).

Однако, ряд ученых опровергают данный подход. Как правило, в данном контексте выделяют три основных положения:

1. Корпоративная и организационная культуры представляют собой самостоятельные феномены. Это различные между собой (самостоятельные) явления, пересекающиеся в некоторых элементах, таких как артефакты, миссия организации и условия труда. Однако, в организационной культуре основной акцент

ставится на структуру компании и регламентированные, зафиксированные нормы, в то время как главный аспект корпоративной культуры – ценности.

2. Корпоративная культура является частью организационной культуры. Данная точка зрения не имеет сильного распространения, так как считается, что приводимые в подобных теориях отличия являются неубедительными, а вопрос о существенных отличиях корпоративной и организационной культур остается без ответа.

3. Организационная культура и корпоративная культура являются самостоятельными феноменами, которые различаются по способу возникновения и формирования. Так, в организациях постепенно происходит проектирование, разработка и внедрение корпоративной культуры, а организационная культура, в свою очередь, складывается спонтанно по мере развития организации[56].

Организационная культура - сложное явление жизни организации, которое имеет свою структуру и специфику построения. Для понимания сущности организационной культуры Э. Шейн ещё в 1981 году предложил рассматривать её по трём основным уровням - поверхностный, подповерхностный, глубинный[21].

Познание организационной культуры начинается с первого, «поверхностного» или «символического», уровня, включающего такие видимые внешние факторы, как применяемая технология и архитектура, использование пространства и времени, наблюдаемые образцы поведения, способы вербальной и невербальной коммуникации, лозунги и т.п., или всё то, что можно ощущать и воспринимать через известные пять чувств человека.

На этом уровне вещи и явления легко обнаружить, но их достаточно трудно интерпретировать в терминах организационной культуры без знания других её уровней. Те, кто пытаются познать организационную культуру глубже, затрагивают её второй, «под-поверхностный» уровень.

На этом уровне изучению подвергаются ценности, верования и убеждения, разделяемые членами организации, в соответствии с тем, насколько эти ценности

отражаются в символах и языке, каким образом они несут в себе смысловое объяснение первого уровня.

Восприятие ценностей и верований носит сознательный характер и зависит от желания людей. Второй уровень корпоративной культуры получил у Шейна название «организационная идеология». Он особо подчёркивает здесь роль жизненного кредо лидера компании - создателя или преобразователя её культуры. Исследователи часто ограничиваются этим уровнем, так как на следующем возникают почти непреодолимые сложности.

Третий, «глубинный», уровень включает новые («базовые») предположения, принимаемые на веру, трудно осознаваемые даже самими членами организации без специального сосредоточения на этом вопросе. Среди этих принимаемых на веру скрытых предположений, направляющих поведение людей в организации, Шейн выделил отношение к бытию в целом, восприятие времени и пространства, общее отношение к человеку и работе [76].

Среди и других теорий о структуре организационной культуры можно выделить модель М. Магуры, который приводит следующие ее составляющие:

1. Ценности, установки, приоритеты работников, связанные с их работой в организации. Организационная культура связана с организационными и индивидуальными представлениями сотрудников о компании. Ее ядром являются ценности, провозглашаемые руководством и принимаемые работниками.

2. Система отношений, лежащая в основе организационной культуры, формирующая и определяющая рабочее поведение членов организации.

3. Поведенческие нормы, которые отражают поведение и действия сотрудников организации, представляют собой требования к поведению сотрудников внутри компании (формализованные и негласные). Работники воспринимают подобные нормы, как правила поведения сотрудников организации, определяют какими должны быть «правильные», «должные» действия работников в типичных ситуациях.

4. Действия и поведение сотрудников в определенных ситуациях по достижению конкретных результатов представляют собой внешние проявления культуры организации. Однако, именно действия и поведение работников сигнализирует об общем состоянии культуры. Важно понять, как она влияет на эффективность компании, проведение изменений, реализацию общекорпоративной стратегии[47].

Некоторые исследователи рассматривают культуру организации только на двух уровнях - поверхностном и глубинном, обуславливая это сходством подповерхностного и глубинного уровней.

Любое исследование организационной культуры должно проходить исключительно на всех выделенных уровнях, поскольку сущность организационной культуры можно установить лишь на глубинном уровне базовых представлений, лежащих в основе деятельности организации. Установив их, можно понять смысл более поверхностных проявлений данной культуры и дать им соответствующую оценку.

Типы организационных культур:

Модель Денисона - это результат исследовательской работы доктора Дениэла Денисона, ранее сотрудника Мичиганской бизнес школы и в настоящее время профессора организационного развития Международного института развития менеджмента в Лозанне, Швейцария. Основной сферой научных исследований Дениэла Денисона является взаимосвязь организационной культуры и ключевых бизнес-показателей, таких как возврат инвестиций, рост продаж, качество, инновации и степень удовлетворённости сотрудников [26].

В отличие от других моделей корпоративной культуры в основе модели Денисона лежат не особенности психики и личные качества объекта, а поведенческий (бихевиористский) подход. Модель разработана в условиях деловой среды, специально для нужд бизнеса, используется бизнес-лексика и привычная для описания бизнес-процессов терминология. Важно что модель непосредственно соотносится с ключевыми экономическими показателями бизнеса, что выгодно

отличает ее от «академических» моделей, где влияние тех или иных элементов корпоративной культуры на бизнес-показатели остается неясным. Применение модели Денисона технологизировано и занимает минимальное время. Кроме того модель применима на всех уровнях организационной иерархии.

Модель Денисона строится на оценке четырёх ключевых характеристик корпоративной культуры и управления (лидерства):

- миссии (mission);
- способности к адаптации (adaptability);
- вовлеченности (involvement);
- согласованность (consistency) организационная культура управление.

Каждая из этих характеристик дополнительно разделяется на три качества (индикатора), таким образом, в рамках данной модели всего оценивается 12 параметров [31].

В основе модели лежит две оси: «гибкость» (гибкость - устойчивость) и «фокус» (внешний - внутренний). В своих исследования Денисон использовал ту же шкалу конкурирующих ценностей, которая применялась в модели Камерона-Куинна: Гибкость - Стабильность и Внешний - Внутренний фокус. В центре модели: верования (убеждения) и ожидания (предпосылки, представления). В данный крест вписаны описанные выше четыре характеристики, по часовой стрелке справа сверху вниз: Миссия, Согласованность, Вовлеченность, Способность к адаптации.

Процедура анализа корпоративной культуры начинается с опроса работников компании и представителей ее окружения. Как результат, определяется процентильный показатель, который позволяет судить о значимости того или иного фактора как элемента корпоративной культуры компании [26].

Модель организационной культуры Кима Камерона и Роберта Куинна Конкурирующие ценности и организационная эффективность [3].

К. Камерон и К. Куинн на основе эмпирических исследований предложили рамочную конструкцию конкурирующих ценностей.

-выделяются 4 типа организационных культур, основывающихся на конкурирующих (взаимоисключающих) ценностях: клановая, иерархическая (бюрократическая), рыночная и адхократическая (от лат. «по случаю»);

-любая организация и индивид имеют элементы каждого типа культуры в определенной пропорции - индивидуальный профиль;

-индивидуальный профиль организационной культуры - реально существующий и желаемый, который необходимо сформировать для повышения эффективности работы организации;

-между ними - разрыв, который должен являться объектом внимания управленцев и HR-менеджмента [36].

После проведенного статистического анализа каждого из индикаторов эффективности было выделено два главных измерения, по которым рассматривавшиеся индикаторы оказались в одной из четырех главных групп.

Первое измерение отделяет критерии эффективности, которые подчеркивают гибкость, дискретность и динамизм, от критериев, акцентирующих стабильность, порядок, контроль. То есть некоторые организации считаются эффективными, если они склонны к переменам, отличаются адаптивностью и органической цельностью.

Второе измерение отделяют критерии эффективности, которые подчеркивают внутреннюю ориентацию, интеграцию и единство, от критериев, ассоциируемых с внешней ориентацией, дифференциацией, соперничеством.

Оба измерения образуют четыре квадранта, каждый из которых представляет собой различимый набор индикаторов организационной эффективности. Эти группы критериев определяют стержневые ценности, по которым выносятся суждения об организации.

Стержневые ценности, лежащие на разных краях каждого континуума, отвергают друг друга, т.е. гибкость противостоит стабильности, внутренняя ориентация - внешней направленности.

На основе рамочной конструкции К. Камерон и Р. Куинн определили четыре типа организационных культур:

- иерархическую;
- рыночную;
- клановую;
- адхократическую [36].

Клановая культура. В условиях клановой организационной культуры особое внимание уделяется поддержанию атмосферы гибкости и удовлетворенности членов организации, позволяющей им восприимчиво относиться к эмоциональным переживаниям клиентов. В организации с клановой культурой сотрудники воспринимают себя как одну семью или круг хороших друзей, где каждого связывает друг с другом много общего. Для организации характерны высокий уровень согласия и взаимной лояльности, а также приверженность традициям. В организации данного типа придается особое значение выгоде от долговременного развития персонала [36].

Сильными сторонами клановой культуры можно считать: способность носителей управленческого лидерства поддерживать атмосферу согласия и нравственного единства членов; последовательное вовлечение в организационную деятельность всех подчиненных; проведение открытых дискуссий по актуальным проблемам организации. Для этой организационной культуры характерны следующие особенности управления:

- управление командами;
- управление межличностными взаимоотношениями;
- управление развитием человеческих ресурсов [6].

В организациях этого типа, как правило, востребованы лидеры, выполняющие роли покровителя, фасилитатора, мотиватора, воспитателя и наставника. Критериями эффективности организации являются единство и сплоченность ее членов, их восприимчивость к нуждам клиентов.

Адхократическая культура. Организация с отчетливо выраженной ориентацией на внешнюю среду (при высоком уровне гибкости и индивидуализма) имеет адхократическую организационную культуру. Для нее характерны динамизм,

предпринимательство и творчество. Представители данной культуры готовы рисковать ради возможности удовлетворить свои потребности и цели. Они проявляют готовность к переменам и стойко принимают вызов. Данный тип организации в перспективе нацелен на дальнейшее развитие и получение новых ресурсов [36].

Сильными сторонами адхократической культуры являются прекрасная адаптация организации к постоянно изменяющейся среде и инновационная атмосфера, оптимальное использование потенциал роста и поддержки внешней среды, а также дополнительные возможности по приобретению ресурсов [36]. Для этой организационной культуры характерны следующие особенности управления:

- управление инновациями;
- управление будущим;
- управление совершенствованием.

В организации этого типа, как правило, управленческий лидер выступает в роли новатора, предпринимателя и стратега, определяющего новые направления развития. Критериями эффективности организационной деятельности становятся творчество, рост, инновация, выпуск уникальных или новых продуктов и услуг, результат.

Иерархическая культура. Организация с иерархической культурой более ориентирована на поддержание внутреннего порядка и стабильности при стремлении к экономической результативности. Как правило, этот тип организационной культуры характеризуется высоким уровнем формализма и структуризации. Носители данной организационной культуры являются строгими приверженцами процедуры. От подчиненных они требуют надежности, предсказуемости поведения и результата.

Сильными сторонами иерархической организационной культуры является четко отлаженное управление информацией на операционном уровне и ведение документации, контроль организационной деятельности. Для этой организационной культуры характерны следующие особенности управления:

- управление координацией;
- управление контролем.

В подобных организациях лидеры, как правило, выполняют функции координатора, организатора, аналитика и наставника. Критериями эффективности организационной деятельности можно считать финансовую эффективность, своевременность, низкую цену, надежные поставки и спокойное функционирование.

Рыночная культура. Рыночная организационная культура характеризуется ориентацией на внешнюю среду при весьма высокой потребности в стабильности и контроле. Основным критерием оценки представителей данной культуры служит результат выполнения задания, поэтому большинство сотрудников организации подобного рода ориентированы на достижение цели в условиях конкуренции [36]. Главная цель - победа в конкурентной борьбе, а в качестве символов успеха можно воспринимать расширение доли рынка и завоевание новых рынков. Долгосрочная стратегия основана на развитии конкурентоспособности и достижении измеримых целей.

Сильные стороны рыночной организационной культуры способность менеджмента добиваться ясности целей и планирования деятельности по их результативному достижению; продуктивность деятельности. Для этой организационной культуры характерны следующие особенности управления:

- управление конкуренцией;
- управление услугами;
- побуждение подчиненных к действиям.

Здесь лидеры, как правило, выполняют роли инициатора и генератора, конкурента, бригадира, надсмотрщика, или продюсера. Критериями эффективности организационной деятельности являются: определенная доля рынка; достижение целей; проигрыш конкурента.

Между идеальной и реальной моделями организационной культуры каждой организации могут наблюдаться различные отклонения. Эти различия могут быть совсем несущественными или малозначительными. Но при этом, руководство может

нивелировать разрыв между желательной и реальной организационной культурой, тем самым, повышая эффективность жизнедеятельности организации

Рамочная модель организационной культуры Кима Камерона и Роберта Куинна наиболее актуальна для изучения культуры в организации и практической диагностики в данной работе. Данная модель затрагивает главные характеристики культур, дает возможность получить их качественные и числовые оценки и осуществлять диагностику изменений типов организационной культуры компании.

1.2.2 Анализ эмпирических отечественных и зарубежных исследований взаимосвязи индивидуальной системы ценностных ориентаций сотрудника и организационной культуры организации

Проблема взаимосвязи типа организационной культуры с ценностями работников является в настоящее время одной из актуальных, без исследования которой трудно понять процесс формирования культуры организации. На данный момент вопрос взаимосвязи типа организационной культуры и ценностей ее работников является малоизученным.

Проанализировав исследования по проблеме исследований взаимосвязи индивидуальной системы ценностных ориентаций сотрудника и организационной культуры организации, можем рассмотреть несколько примеров:

1) Исследование на тему: «Организационная культура и ценностные ориентации сотрудников» автор Очирова Любовь Ильинична (кандидат психологических наук, доцент кафедры общей и социальной психологии Бурятского государственного университета)[72].

В исследовании принимали участие 2 типа организаций г. Улан-Удэ: функционирующая на государственной основе и коммерческая. Общая выборка составила 100 человек.

Использованы методика «Ценностные ориентации» Рокича и Инструмент оценки организационной культуры (OCAI). Изучив оценки сформировавшегося и

предпочитаемого типов организационной культуры, был проведен математический анализ на проверку значимости различий оценок с помощью критерия Манна - Уитни.

Для изучения взаимосвязей между организационной культурой и ценностями работников был использован критерий Спирмена.

В результате чего для каждого выявленного нами типа культуры были обнаружены связанные с ним ценности работников.

Работники, находящиеся на государственной службе, оценивают свою культуру как бюрократическую, а работники коммерческой организации - как рыночную, однако культура в этих организациях не является высокой, поскольку установленная с помощью критерия Манна - Уитни разница между оценками бюрократической и рыночной культуры оказалась незначительной ($p > 0,005$).

Можно предположить, что высокая выраженность бюрократической культуры обусловлена особенностями российской экономики, где рыночная культура только формируется. С развитием рыночных отношений увеличивается личная ответственность, конкуренция, самостоятельность принятия решений. И руководители, и рядовые сотрудники не готовы к работе в новых условиях, поэтому бюрократические отношения сохраняются. Это закрепляет зоны ответственности, снижает неопределенность. Возможно, еще не сложился опыт управления, основанный на новых принципах, сохраняется прежний социалистический стиль управления либо его элементы.

Таким образом, определив значимые взаимосвязи между типами организационной культуры и ценностями личности работников организации, можно говорить, что для определенного типа культуры существует определенная совокупность личностных ценностей, достижению которых она должна способствовать. Детерминантой, соединяющей содержание этих ценностей, является общая направленность личности работника.

2) Исследование на тему «Социально-психологические особенности формирования организационной культуры предприятия», автор Сулим Н.Н.

(Белгородский государственный университет, диссертационная работа на соискание ученой степени кандидата психологических наук).

Опытная база исследования. Исследование было проведено на базе Закрытого акционерного общества «Гормаш» (промышленное предприятие), г. Белгород. Объем выборки составил 260 руководителей и специалистов предприятия. Из них 136 мужчин и 124 женщины. Возрастной диапазон от 21 года до 63 лет. В формирующем эксперименте приняли участие 64 человека: 33 человека - экспериментальная группа, 31 человек - контрольная группа.

Научная новизна исследования состоит в следующем:

1) Выявлена типология восприятия работниками организационной культуры предприятия, включающая в себя: формально-ориентированный, личностно-ориентированный и неформально-ориентированный типы работников;

2) Определены типологические особенности формирования отдельных параметров организационной культуры: представители формально-ориентированного типа наиболее чувствительны к коррекции дистанции власти, коллективизма и мужественности установок; сотрудники неформально-ориентированного типа наиболее чувствительны к коррекции тенденции к избеганию неопределенности и мужественности установок;

3) Выявлены связи индивидуально-психологических особенностей работников с параметрами организационной культуры предприятия;

4) Установлены взаимосвязи между параметрами организационной культуры, а именно: дистанция власти прямо коррелирует с мужественностью установок, а коллективизм - с избеганием неопределенности; дистанция власти обратно коррелирует с коллективизмом, а мужественность установок - с избеганием неопределенности.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что в исследовании уточнено содержание и предметное поле организационной культуры; показана необходимость типологического и индивидуально-психологического подходов к диагностике, анализу и формированию организационной культуры предприятия.

Практическая значимость. В ходе работы над диссертацией разработана и успешно апробирована социально-психологическая технология формирования организационной культуры предприятия, представляющая собой серию социально-психологических тренингов.

Разработанная технология может найти своё применение в деятельности организационных психологов и менеджеров по персоналу, в подготовке и повышении квалификации указанных специалистов в системе высшего профессионального образования.

Результаты исследования были внедрены в практику работы ЗАО «Гормаш» г.Белгорода и в учебный процесс по подготовке менеджеров по персоналу Белгородского государственного университета.

3) Исследование на тему «Взаимосвязь типа организационной культуры и индивидуальных ценностей личности работника организации 2 Сапожникова О.А. (диссертационная работа, кандидат психологических наук Ивановский государственный университет).

Эмпирическую базу исследования составили 432 человека трудоспособного возраста, являющиеся сотрудниками организаций различных сфер деятельности.

Для исследования были выбраны 9 организаций. Основание выбора конкретных организаций заключалось в предположении о формировании в них разных типов организационной культуры. К организациям и группам предъявлялись следующие требования: 1) срок их формирования должен быть не менее года; 2) они должны быть заняты в разных сферах трудовой деятельности; 3) иметь разную форму собственности.

Изучались сотрудники основных отделов организаций. Опросу подвергалось не менее 85% состава группы.

Достоверность результатов исследования обеспечена методологической обоснованностью исходных теоретических позиций, адекватностью методов и методик цели и задачам исследования, а также сущности изучаемых феноменов, репрезентативностью выборки, корректным и адекватным использованием

математико-статистического аппарата при обработке эмпирических данных, положительным опытом внедрения результатов исследования.

Научная новизна работы

Выявлены перечень индивидуальных ценностей, который позволяет реализовать конкретный тип культуры, и направленность личности, определяющая предпочтения работника при выборе определенного типа организационной культуры.

Исследование организационной культуры опиралось на оценки как руководителей, так и рядовых сотрудников, что позволило получить более точные эмпирические данные, отражающие организацию как целостного субъекта деятельности.

Проведен анализ сходства-различия типов организационной культуры, связанный с содержанием индивидуальных ценностей, реализуемых в этих типах культуры.

Разработана оригинальная методика комплексного исследования соответствия индивидуальных ценностей личности работника типу организационной культуры.

Теоретическая значимость работы

Данное исследование расширяет знание о закономерностях формирования коллективного субъекта, представления об особенностях взаимосвязи типа организационной культуры и индивидуальных ценностей личности, знание о взаимосвязи ценностных структур индивидуального и коллективного субъекта.

Практическая значимость работы

Разработанная в рамках диссертационного исследования комплексная методика диагностики соответствия индивидуальных ценностей типу организационной культуры способствует решению актуальных методологических и методических проблем исследования данного феномена, позволяет проводить оценку соответствия ценностей организации и конкретного работника или претендента на вакантную должность.

Результаты и выводы данной работы могут быть использованы: в работе кадровых служб при отборе персонала, при исследовании сформировавшейся в организации культуры, при разработке программы и проведении мероприятий по ее развитию, а также при подготовке, переподготовке и повышении квалификации персонала.

Результаты исследования используются при анализе организационной культуры и разработке мероприятий по ее развитию в организациях: Ассоциация текстильных предприятий ТДЛ (г. Иваново), Областное государственное учреждение «Ивановская областная научная библиотека», Областное государственное учреждение «Ивановский центр занятости населения», ООО «Солекс» (г. Иваново).

Теоретические и эмпирические результаты данного исследования включены в содержание учебных дисциплин «Психология и педагогика», «Психология делового общения» ГОУ ВПО «Ивановский государственный, химико-технологический университет».

Мы рассмотрели лишь малую часть проведенных эмпирических исследований по данной проблеме, исследования проводились на базе Российских предприятий, это говорит о том, что методики для данного исследования опробированны и имеют высокий уровень валидности, так как результаты приведенных выше исследований были успешно внедрены в практику.

Проблема взаимосвязи типа культуры организации и ценностей работника является в настоящее время одной из самых актуальных, без исследования которой сложно продвинуться в понимании процессов формирования культуры организации. Однако до настоящего времени проблема взаимосвязи индивидуальных и организационных ценностей не получила достаточно полного и всестороннего теоретического и экспериментального освещения, однако наблюдается тенденция в заинтересованности современных исследователей в изучении данного вопроса.

Ценности и ценностные ориентации личности всегда были под пристальным вниманием исследователей самых различных направлений. Тему особенности

ценностных ориентаций сотрудников при различных типах организационных культур можно назвать достаточно новой и принципиально значимой в реалиях стремительно трансформирующихся социально-экономических условий. Она связана, прежде всего, с решением вопросов, затрагивающих личностное развитие человека, а также эффективное преодоление им кризисных периодов, в основе которых – пересмотр жизненных ценностей и их смыслового содержания. Система ценностей является одним из ключевых свойств, детерминирующих личностную конфигурацию целей и задач, которые определяют процесс принятия управленческих решений. Ценности служат базисными ориентирами и нормами жизнедеятельности человека, они определяют его поведение и формы взаимодействия с рабочим коллективом.

Факторами, оказывающими влияние на трансформацию ценностей могут выступать социальные и политические процессы в обществе, комплексные общественные явления. Формирование и трансформация ценностных ориентаций происходит в тесной взаимосвязи с различными личностными свойствами.

Более высокий уровень социально-экономического развития общества подразумевает более высокий уровень потребностей, которые члены этого общества стремятся удовлетворить, а также более высокий уровень ценностей, представленных в организационной культуре. Последнее обстоятельство позволяет нам сделать вывод о том, что развитие организационной культуры происходит по спирали – социально-экономический прогресс обуславливает насыщение организационной культуры новыми ценностями и способствует наступлению нового витка ее развития.

Функциональная роль существования ценностей организации целеполагающая, так как без единой системы ценностей организации не могли бы устойчиво функционировать и достигать поставленных целей

Процесс перехода одних форм ценностей в другие и механизм влияния организационной культуры на поведение персонала организации являются основой функционирования ценностной модели культуры организации

Таким образом, организационная культура может рассматриваться как целостный и эффективный инструмент управления организацией только в случае наличия сформировавшейся и неизменной структуры доминирующих ценностных ориентаций и наличия определенной иерархии ценностных ориентаций трудового коллектива, что и будет составлять сущность культуры организации.

Однако именно функции организации должны задавать специфику сущности организационной культуры ее коллектива. При этом иерархическая структура ценностных ориентаций сотрудника является отражением его индивидуальных потребностей и не всегда совпадает (является сопоставимой) со структурой культуры организации.

Следовательно, в данной ситуации психологически глубокое осознание и принятие сотрудником ценностей организационной культуры на базовом уровне серьезно затрудняется. Данное положение задает новое «системообразующее» условие, определяющее ситуацию эффективности управления организацией: структура системы ценностей организационной культуры совпадает и соотносится с ценностной моделью структуры личности трудового коллектива.

Глава 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОТРУДНИКОВ ПРИ РАЗНЫХ ТИПАХ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ТОО «APARTAMENTY.KZ»

2.1 Программа и методика проведения эмпирического исследования

Эмпирическое исследование проводилось на базе ТОО «Apartamenty.kz» г.Астана.

Исследование по проблеме особенностей ценностных ориентаций сотрудников при разных типах организационной культуры на примере компании ТОО «Apartamenty.kz» проводилось в несколько этапов.

На первом этапе эмпирического исследования была проведена диагностика ценностных ориентаций сотрудников, типов предпочитаемых организационных культур, оценка уровня личностной и групповой удовлетворенности работой, уровня лояльности и сбор анкетных данных сотрудников.

На втором этапе были выявлены особенности ценностных ориентаций, предпочитаемых организационных культур, уровней удовлетворенности работой и лояльности к организации.

На третьем этапе был проведен анализ особенностей ценностных ориентаций и типов предпочитаемых организационных культур, сотрудников, корреляционный анализ особенностей ценностных ориентаций и типов организационных культур сотрудников.

Объект исследования: ценностные ориентации сотрудников

Предмет исследования: ценностные ориентации сотрудников при разных типах организационной культуры на примере компании ТОО «Apartamenty.kz»

Цель исследования: особенности ценностных ориентаций сотрудников при разных типах организационной культуры на примере компании ТОО «Apartamenty.kz»

Для реализации поставленной цели и проверки выдвинутых гипотез в исследовании были определены следующие задачи:

1) провести теоретический анализ зарубежных и отечественных подходов к проблеме исследования организационной культуры и личности;

2) разработать программу эмпирического исследования, включающую подготовку комплекса психодиагностических методик, направленных на изучение образа организационной культуры и индивидуальных ценностей личности, уровня лояльности и удовлетворенности трудом;

4) выявить взаимосвязь между типом организационной культуры и ценностными ориентациями сотрудников, оценки эффективности деятельности организации и лояльностью.

Гипотезы:

1. Вероятно, принятие корпоративной культуры взаимосвязано с проявлением лояльности к организации и удовлетворенности трудом:

1.3 Предположительно, что сотрудники склонные к клановой культуре в большей степени проявляют удовлетворенность трудом и лояльность к организации.

1.4 Предположительно, те сотрудники, которые склонные к принятию рыночной культуры, не проявляют лояльность к организации и слабо удовлетворены трудом

2. Вероятно, совокупность индивидуальных ценностей различна для каждого типа организационной культуры, к которому относят себя сотрудники компании, а именно для типа «Клановой культуры» характерно наличие коммуникативного взаимодействия между сотрудниками, для типа «Адхократической культуры» - проявление социальной активности и стремление к новаторству, а для «Рыночного типа культуры» - материальное благополучие и престижная позиция сотрудника.

Теоретико-методологические основания:

- ✓ Теоретические подходы к изучению организационной культуры Э.Х. Шейн, Т. Деал, А. Кеннеди, М. Магура;

- ✓ Организационные ценности в основе типологии организационной культуры - К. Камерон, Р. Куинн, Г. Хофштеде;
- ✓ Подходы к изучению ценностей, направленности личности М. Шелер, М. Рокич, В.Я. Ядов, А. Маслоу;
- ✓ Ценностные ориентации отдельных социальных групп С.С. Бубнова.

Методики исследования:

- ✓ «Инструмент оценки организационной культуры (OCAI)» (Камерон, Куинн, 2001).
- ✓ Методика диагностики реальной структуры ценностных ориентаций С.С. Бубнова.
- ✓ Методика определения интегральной удовлетворенности трудом А.В. Батрашева.
- ✓ Шкала Терстоуна «Оценка организационной лояльности».

Основные понятия

Организационная культура - это «совокупность основных убеждений, сформированных самостоятельно, усвоенных или разработанных определенной группой, по мере того как она учится разрешать проблемы адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, которые оказались достаточно эффективными, чтобы считаться ценными, а потому передаваться всем членам в качестве правового образа восприятия, мышления и отношения людей к конкретным проблемам.

Организационная культура - это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения. Эти ценностные ориентации передаются индивидам через «символические» средства духовного и материального внутриорганизационного окружения.

Организационная культура - символы, церемонии и мифы, которые сообщают членам организации важные представления о ценностях и убеждениях.

Нормативная компонента связана с наличием определенных обязательств, которые нужно выполнять как по причине осознания личной ответственности за

взятые обязательства перед самим собой (чувство долга), так и в силу формальных обязательств, вытекающих из трудового контракта.

Клановая культура - очень дружественное место работы, где у людей масса общего. Организации похожи на большие семьи. Лидеры или главы организаций воспринимаются как воспитатели и, возможно, даже как родители. Организация держится вместе благодаря преданности и традиции. Высока обязательность организации. Она делает акцент на долгосрочной выгоде совершенствования личности, придает значение высокой степени сплоченности коллектива и моральному климату. Успех определяется в терминах доброго чувства к потребителям и заботы о людях. Организация поощряет бригадную работу, участие людей в бизнесе и согласие.

Иерархическая культура - очень формализованное и структурированное место работы. Тем, что делают люди, управляют процедуры. Лидеры гордятся тем, что они - рационально мыслящие координаторы и организаторы. Критически важно поддержание плавного хода деятельности организации. Организацию объединяют формальные правила и официальная политика. Долгосрочные заботы организации состоят в обеспечении стабильности и показателей плавного хода рентабельного выполнения операций. Успех определяется в терминах поставок, плавных, календарных графиков и низких затрат. Управление наемными работниками озабочено гарантией занятости и обеспечением долгосрочной предсказуемости.

Адхократическая культура - динамичное, предпринимательское и творческое место работы. Люди готовы подставлять собственные шеи и идти на риск. Лидеры считаются новаторами и людьми, готовыми рисковать. Связующей сущностью организации является преданность экспериментированию и новаторству. Подчеркивается необходимость деятельности на переднем рубеже. В долгосрочной перспективе организация делает акцент на росте и обретении новых ресурсов. Успех означает производство или предоставление уникальных и новых продуктов или услуг. Важно быть лидером на рынке продукции и услуг. Организация поощряет личную инициативу и свободу.

Рыночная культура - организация, ориентированная на результаты, главной заботой которой является выполнение поставленной задачи. Люди целеустремленны и соперничают между собой. Лидеры - твердые руководители и суровые конкуренты. Они неколебимы и требовательны. Организация связывает воедино акцент на стремление побеждать. Репутация и успех являются общей заботой. Фокус перспективной стратегии настроен на конкретные действия, решение поставленных задач и достижение измеримых целей. Успех определяется в терминах проникновения на рынки и увеличение рыночной доли. Важно конкурентное ценообразование и лидерство на рынке. Стиль организации - жестко проводимая линия на конкуренцию.

Ценности - это ядро организационной культуры, что определяет непосредственную связь между тем или иным типом организационной культуры и ценностями, на основе которых они формируются.

Ценностные ориентации - это важнейшие элементы внутренней структуры личности, закрепленные личностным опытом индивида, всей совокупностью его переживаний и ограничивающие значимое, существенное для данного человека от незначимого, несущественного.

Организационные ценности - все окружающие объекты, в отношении которых члены организации занимают позицию оценки в соответствии со своими потребностями.

Методики исследования

Оценка организационной культуры (OCAI) К. Камерона и Р. Куинна.

Для определения доминирующего типа организационной культуры конкретной компании привлекательной, на наш взгляд, является методика OCAI (Organizational Culture Analyze Instrument) К. Камерона и Р. Куинна. Эта методика основывается на классификации организационной культуры по значениям шкал: 1) «стабильность и контроль - гибкость и дискретность», 2) «внутренняя ориентация и интеграция - внешняя ориентация и дифференциация». При этом авторы методики

выделили четыре базовых типа организационной культуры: клановую, адхократическую, рыночную и бюрократическую.

Для адхократической культуры доминантными индикаторами организационной эффективности по мнению авторов этой методики являются: новая продукция, творческое решение проблем, идеи на передовом рубеже знаний и рост на новых рынках. Лежащая в основе этой культуры теория состоит в том, что новаторство и новые идеи создают новые рынки, новых потребителей и новые благоприятные возможности.

Для клановой культуры наиболее значимыми индикаторами организационной эффективности являются: сплоченность организации, высокий уровень морали и удовлетворенности наемных рабочих условиями труда, развитие человеческих ресурсов, бригадная форма работы. Доминирующая в этом типе культуры идея состоит в том, что вовлечение в бизнес и участие наемных работников в принятии решений способствуют доверительности и обязательности. Удовлетворенные условиями труда наемные работники обеспечивают организационную эффективность.

Индикаторами организационной эффективности, которые характерны для бюрократической культуры, являются: рентабельность, своевременность, плавное функционирование и предсказуемость. Доминирующий теоретический постулат деятельности, который определяет движение организации к успеху, состоит в том, что контроль способствует рентабельности (исключает потери и образование излишков).

Индикаторы организационной эффективности, присущие рыночной культуре: достижение целей, опережение соперников в конкурентной борьбе, увеличение рыночной доли и обретение достойных подражания уровней оборота денежных средств. Доминирующая рабочая теория, обеспечивающая успех организации, состоит в том, что конкуренция создает стимулы к достижению более высоких уровней продуктивности и, следовательно, более высокого уровня организационной эффективности.

Выделенные базовые типы организационных культур и характерные для них наиболее значимые индикаторы организационной эффективности легли в основу созданной К. Камероном и Р. Куинном методики OCAI, которая позволяет определить доминирующий тип организационной культуры и ее силу.

Инструментарием методики OCAI являются анкета (Приложение 1), технология обработки результатов анкетирования и их анализ.

Анкета включает шесть ключевых направлений:

1. Важнейшие характеристики организации, т.е. определение того, на что похожа организация в целом.
2. Общий стиль лидерства, пронизывающий всю организацию.
3. Управление наемными работниками, или стиль, который характеризует отношение к наемным работникам и определяет, что представляют собой условия труда.
4. Связующая сущность организации, т.е. механизмы, которые позволяют сотрудникам организации держаться вместе.
5. Стратегические цели, которые определяют, какие сферы особого внимания приводят в движение стратегию организации.
6. Критерии успеха, которые показывают, как определяется победа и что именно вознаграждается и чествуется.

В каждом направлении имеется по четыре альтернативных утверждения, характерных для клановой культуры (А), адхократической (В), рыночной (С) и бюрократической (D). В совокупности эти направления отражают фундаментальные культурные ценности и не явно выраженные допущения о способе выполнения организацией своих функций. Ответы на них могут дать представление о том, «каково положение дел» в организации. Имея оценки утверждений в этих измерениях, можно обнаружить доминирующую культуру или набор культур, лежащих в основе организации.

В данной методике используется шкала ответов, которая позволяет респондентам оценивать предлагаемые альтернативы в пределах от 0 до 100 баллов

по каждой из шести ключевых характеристик культуры организации. Ответы по альтернативе А относятся к клановой культуре, по альтернативе В - к адхократической культуре, по альтернативе С - к рыночной культуре, по альтернативе D - к бюрократической культуре.

При обработке результатов анкетирования организационной культуры вычисляются средние оценки альтернатив А, В, С и D по всем респондентам.

Результаты исследования организационной культуры представляются в виде семи графических профилей. Средние оценки альтернатив А, В, С и D для каждого из шести ключевых направлений организационной культуры откладываются по диагоналям в квадрантах модели «Рамочная конструкция конкурирующих ценностей». Соединение точек, соответствующих средним значениям альтернатив А, В, С и D, на диагоналях квадрантов будет образовывать профиль ключевого измерения организационной культуры.

Шесть профилей - это профили ключевых направлений организационной культуры (важнейшие характеристики, общий стиль руководства, управление работниками, связующая сущность, стратегические цели и критерии успеха), седьмой профиль - обобщенный профиль организационной культуры.

Методика OCAI обеспечивает сравнимость результатов при изучении нескольких организаций; дает конкретные и наглядные результаты, формирует представление о типах организационной культуры конкретных организаций. Она позволяет определить как существующий, так и предпочтительный тип организационной культуры предприятия.

Инструкция: Этот опросник предназначен для оценки шести ключевых измерений организационной культуры. На предложенные вопросы не существует ни правильных, ни неверных ответов, точно так же, как не существует правильной или неправильной культуры. Чтобы ваша оценка организационной культуры была максимально точной, постарайтесь отвечать на вопросы внимательно и, по возможности, объективно. Каждый из шести вопросов предполагает четыре варианта ответов. Распределите баллы 100-балльной оценки между этими четырьмя

альтернативами в том весовом соотношении, которое в наибольшей степени соответствует вашей организации.

Сначала распределите баллы в колонке «Теперь», затем на те же вопросы, дайте ответы, но проставив баллы в колонке «Предпочтительно».

Методика диагностики реальной структуры ценностных ориентаций
С.С.Бубновой

Назначение: Методика направлена на изучение реализации ценностных ориентаций личности в реальных условиях жизнедеятельности.

Инструкция: Данный опросник направлен на исследование вашей личности и ваших отношений. Отвечайте, по возможности, быстро, долго не раздумывая над каждым вопросом. Помните, что плохих или хороших ответов нет, есть только ваше собственное мнение. Отвечать нужно «да» или «нет». В бланке ответов это соответственно «+» или «-», которые нужно проставить рядом с номером вопроса в бланке ответов.

Обработка и интерпретация результатов.

Степень выраженности каждой из полиструктурных ценностных ориентаций личности определялась с помощью ключа, представленного в бланке ответов. Соответственно этому, подсчитывается количество положительных ответов во всех одиннадцати столбцах, а результат записывается в графе «Σ». По результатам обработки индивидуальных данных строится графический профиль, отражающий выраженность каждой ценности (Приложение 2).

Для этого, по вертикали фиксируется количественная выраженность ценностей (по 6-ти балльной системе), а по горизонтали - виды ценностей.

Перечислим эти ценности в обобщенном виде:

- Приятное времяпрепровождение, отдых.
- Высокое материальное благосостояние.
- Поиск и наслаждение прекрасным.
- Помощь и милосердие к другим людям.
- Любовь.

- Познание нового в мире, природе, человеке.
- Высокий социальный статус и управление людьми.
- Признание и уважение людей и влияние на окружающих.
- Социальная активность для достижения позитивных изменений в обществе.
- Общение.
- Здоровье.

Шкала Терстоуна «Оценка организационной лояльности»

Существенным преимуществом измерения установок, построенных согласно шкале Терстоуна, является возможность их широкого применения. Процедура Терстоуна позволяет измерять установки по отношению к любым объектам социальной действительности с учетом тех изменений, которые постоянно происходят вокруг нас. Процедура составления шкалы является доступной любому исследователю и позволяет получить инструмент измерения любой установки, актуальной для конкретной организации в данный момент времени. Здесь мы предлагаем готовый вариант шкалы по измерению лояльного отношения сотрудника к организации. Каждое суждение о лояльном отношении сотрудника к организации выписывается на отдельную карточку.

Порядок работы. Испытуемому выдаются карточки с суждениями и ответный лист. Если в процессе работы у испытуемого возникнут вопросы, то экспериментатор должен дать разъяснение, но так, чтобы испытуемый не оказался сориентированным этим разъяснением на тот или иной ответ.

Инструкция. «Уважаемый сотрудник организации, фирмы, компании! Вы получили карточки с суждениями, которые свидетельствуют о вашем отношении к организации, в которой вы работаете. На столе перед вами разложена полоса бумаги с цифрами, представляющими собой градации от 1 до 11. Каждая цифра - это оценка Вами предлагаемого суждения. Ваша задача состоит в том, чтобы определить свое отношение к суждению и рассортировать все предъявленные суждения по градациям. Градация 11 соответствует максимально позитивной оценке данного суждения, градация 1 - максимально негативное отношение, а градация 6 -

нейтральное отношение. Пожалуйста, распределяйте суждения исходя только из их содержания. Количество суждений в каждой градации может быть различным. Благодарим за сотрудничество! (Приложение 3).

Обработка результатов:

Ключ:

При обработке результатов оцениваются ответы только на суждения № 1, 3, 4, 5, 11, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 27, 32, 34. Остальные суждения в учитываются, они служат для камуфляжа истинных целей и», следования. В зависимости от того, в какую градацию отнесен нужное суждение, ему присваивается соответствующий балл.

Если испытуемый получил от 54 до 90 баллов, его лояльность к организации оценивается как высокая, от 18 до 54 баллов - лояльность оценивается как средняя, от -18 до +18 - лояльность оценивается как низкая. Если же испытуемый набрал количество баллов в диапазоне от -18 до - 90, то, соответственно, он совершенно не лоялен к своей организации.

Методика определения интегральной удовлетворенности трудом А.В. Батрашева.

Методика А.В. Батрашева позволяет оценить различные аспекты трудового процесса, имеющие отношение к удовлетворенности.

Интегративным показателем, отражающим благополучие или неблагополучие личности в трудовом коллективе, является удовлетворенность трудом, которая содержит оценки интереса к выполняемой работе, удовлетворенности взаимоотношениями с сотрудниками и руководством, уровень притязаний в профессиональной деятельности, удовлетворенность условиями, организацией труда и другое.

Данная методика позволяет оценить не только общую удовлетворенность своим трудом, но и оценить ее составляющие:

- Интерес к работе.

- Удовлетворенность достижениями в работе.

- Удовлетворенность взаимоотношениями с сотрудниками.
- Удовлетворенность взаимоотношениями с руководством.
- Уровень притязаний в профессиональной деятельности.
- Предпочтение выполняемой работы высокому заработку.
- Удовлетворенность условиями труда.
- Профессиональная ответственность.
- Общая удовлетворенность трудом.

Для получения общей оценки удовлетворенности своим трудом и ее составляющих необходимо ответы перевести в баллы с помощью таблицы. Суждение об общей и парциальной удовлетворенности трудом производится на основе сопоставления полученных баллов с максимальными показателями, приведенными в ключе обработки.

-Низкий уровень удовлетворенности трудом - 1 - 44% от общей суммы баллов.

-Средний уровень удовлетворенности трудом - 45 - 55% от общей суммы баллов.

-Высокий уровень удовлетворенности трудом - выше 56% от общей сумма баллов.

Составляющие удовлетворенности	Утверждения	Максимальный балл
Интерес к работе	1, 6, 12	6
Удовлетворённость достижениями в работе	2, 7	4
Удовлетворённость взаимоотношениями с коллегами	3, 8, 14	6
Удовлетворённость взаимоотношениями с руководством	10, 15, 17	6
Уровень притязаний в профессиональной деятельности	5, 11	4
Предпочтение выполняемой работы заработку	4, 16	4
Удовлетворённость условиями труда	13, 18	4
Профессиональная ответственность	9	2
Общая удовлетворённость трудом	1–18	36

2.2 Анализ и интерпретация результатов эмпирического исследования

Исследование проводилось на базе ТОО «Apartamenty.kz» г.Астана с 09.04.2018 г. по 20.05.2018г.

В эмпирическом исследовании приняли участие 24 сотрудника в возрасте 21-43 лет. В ходе исследования были выделены две группы: сотрудники отдела продаж и сотрудники отдела бронирования.

Для исследования типов Организационной культуры нами была применена методика «Инструмент оценки организационной культуры (OCAI)», были получены следующие результаты, представленные на Рисунке 1.

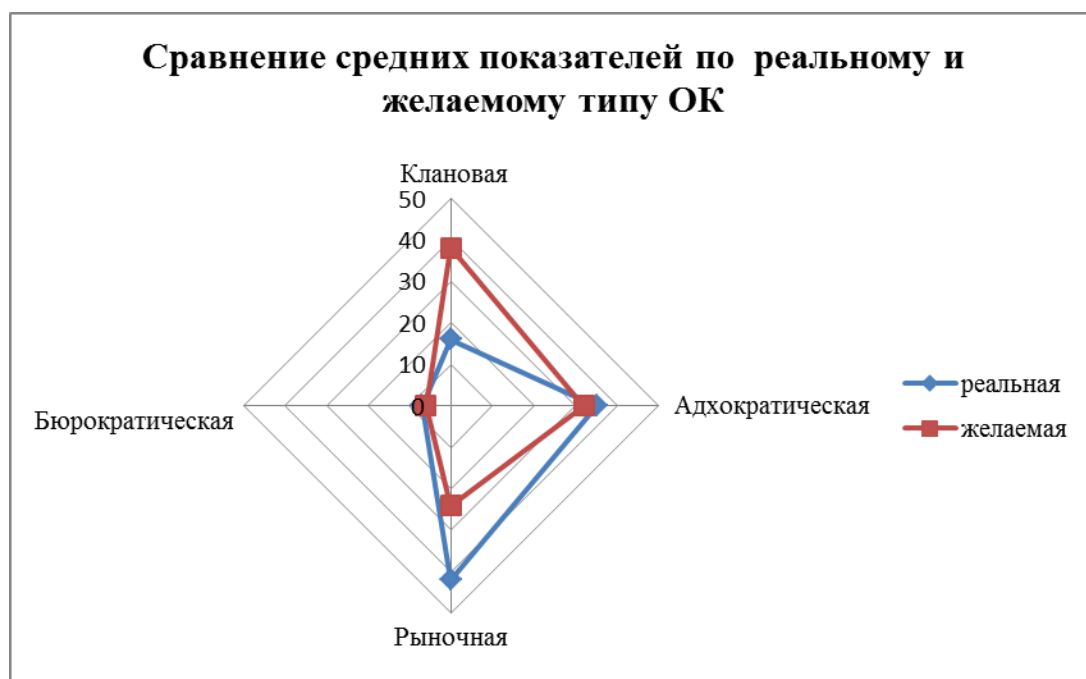


Рисунок 1. Сравнение средних показателей по реальному и желаемому типу ОК

Организационная культура ТОО «Apartamenty.kz» смешанная, по мнению испытуемых преимущественно Рыночная (43%) и Адхократическая (34%), что характеризует организацию, как динамическое, предпринимательское и творческое место работы, ориентированное на результат, сотрудникам характерны такие качества как: целеустремленность, стремление побеждать, эффективное решение поставленных задач, а так же новаторство, рост и предоставление новых товаров и

услуг. Компания занимается разработкой, рекламой и продажей товаров и предоставлением услуг, все вышеперечисленные характеристики полностью совпадают с миссией данной организации, а значит - культура сформирована правильно и сотрудники осознают и принимают преимущества данной культуры.

Проанализировав показатели по шкале «желаемый» тип организационной культуры, мы установили, что работники стремятся к значительному усилению «Кланового» типа (38%) и ослаблению «Рыночного» (24%), сотрудники вероятно, нуждаются в ценностях «Кланового» типа организационной культуры, таких как – забота, доверительные взаимоотношения, высокая степень сплоченности коллектива, благоприятный моральный климат, и стремятся ослабить проявления «Рыночного» типа, а именно – конкуренцию, личную ответственность.

Можно предположить, что высокая выраженность «Адхократической» и «Рыночной» культур обусловлено особенностями экономики, где рыночная культура активно формируется.

Нам представляется важным изучение личностных и организационных ценностей персонала конкретной организации.

По методике «Диагностика реальной структуры ценностных ориентаций» С.С. Бубновой были получены следующие результаты, представленные на Рисунке 2.

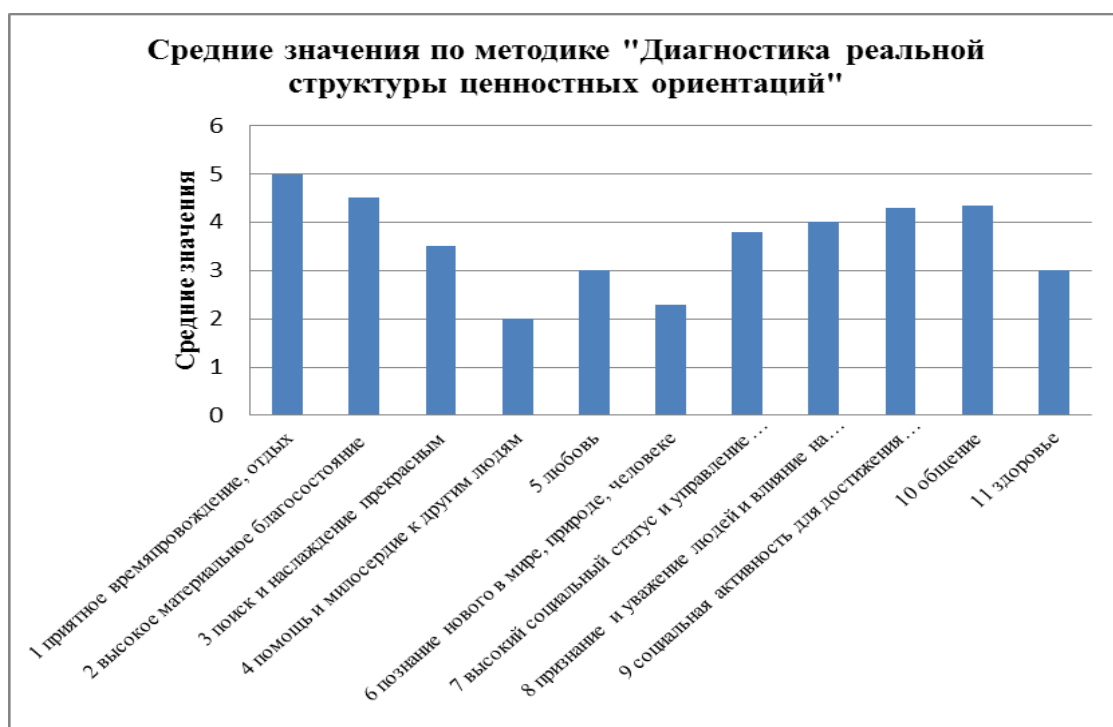


Рисунок 2. Средние значения структуры ценностных ориентаций

В процессе обработки данных по методике «Диагностика реальной структуры ценностных ориентаций» С.С. Бубновой были получены следующие выводы: сотрудникам в большей степени характерны следующие ценности – приятное времяпровождение, отдых, высокое благосостояние, высокий материальный статус, признание и уважение людей, общение, поиск и наслаждение прекрасным, социальная активность.

Полученные результаты позволяют говорить о том, что главным аспектом формирования направленности личности является удовлетворение своих базовых потребностей, организацией быта, социально – интеллектуальных ценностей, саморазвития и самореализации.

В результате диагностического исследования по методике Терстоуна «Шкала организационной лояльности» все респонденты были разделены на три группы по уровню организационной лояльности: сотрудники с низким уровнем организационной лояльности, средним и высоким.

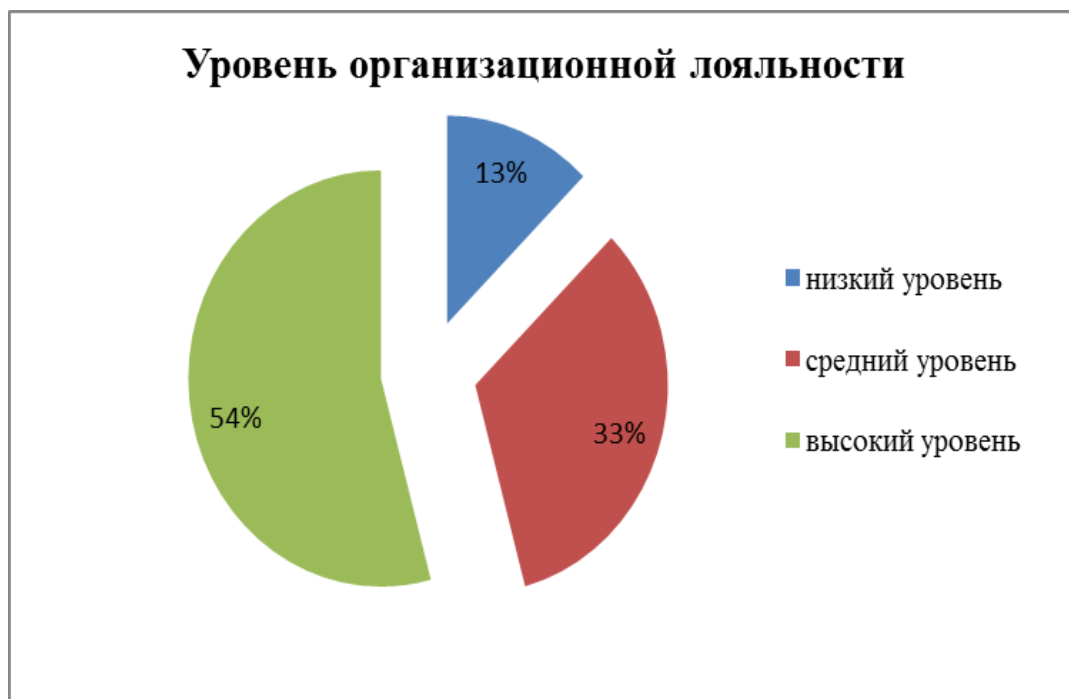


Рисунок 3. Уровень организационной лояльности

Было выявлено, что у большинства сотрудников (54% респондентов) высокий уровень организационной лояльности. У 33% респондентов средний уровень лояльности, они считают оправданным выбор данной организации, принимают и разделяют условия и требования работы в ней, стремятся быть в курсе планов и проблем компании и участвовать в ее жизни и развитии. Такие сотрудники ощущают себя ответственными за состояние дел своей организации и готовы прилагать собственные силы для ее успеха и процветания. В противовес этим сотрудникам 13% персонала имеют низкие показатели по организационной лояльности. Компания не является для этих сотрудников чем-то большим, чем временное место работы (Рисунок 3).

Таким образом, можем сделать вывод, что организация ведет правильную политику формирования и повышения лояльности персонала. Сотрудники в большинстве своем, лояльны к своей компании, значит климат в компании благоприятный, и сформированная культура организации принимается и поддерживается сотрудниками, она является сильной и устойчивой.

В результате проведения методики «Уровень интегральной удовлетворенности трудом» нами были получены результаты, приведенные на Рисунке 4.

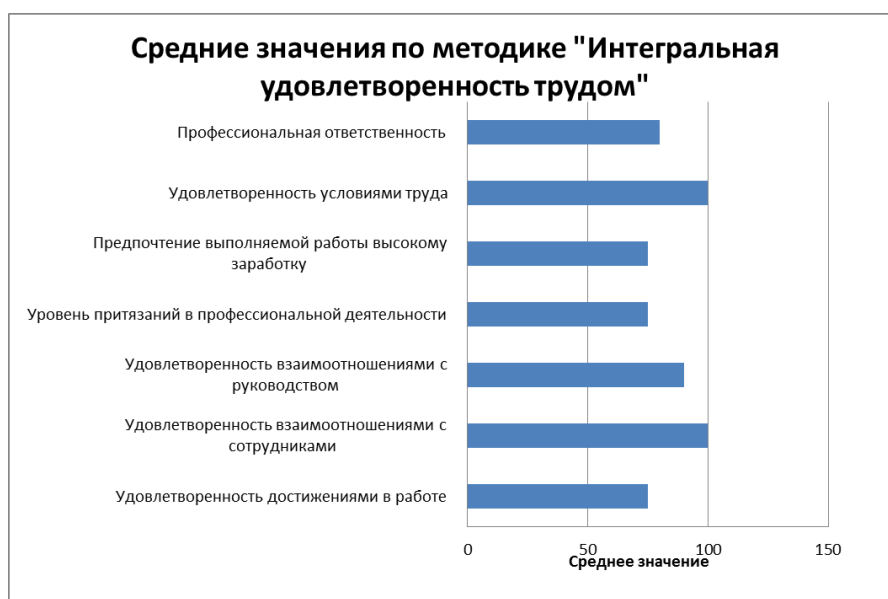


Рисунок 4. Средние значения по методике «Интегральная удовлетворенность трудом»

Можно сделать выводы, что большинство сотрудников удовлетворены условиями труда, и имеют высокий уровень (42%) и средний уровень (33%), и только 25% имеют низкий уровень удовлетворенности трудом.

Анализируя, средние значения по составляющим удовлетворенности трудом можем наблюдать, что высокие средние значения получили шкалы: удовлетворенность условиями труда, взаимоотношения с сотрудниками и руководством, меньшие значения получили шкалы: повышенная профессиональная ответственность, предпочтение работы высокому заработку, уровень притязаний, удовлетворенность достижениями в работе.

Большая часть сотрудников удовлетворены условиями труда, но считают, что могли бы достигнуть больших результатов, стремятся улучшить свои результаты, нацелены на выполнение более трудных задач, отличаются большей продуктивностью, но так же считают важным материальный аспект, и не стремятся к ответственности.

Для проверки первой гипотезы о взаимосвязи принятия корпоративной культуры с проявлением лояльности к организации и удовлетворенности трудом нами был проведен корреляционный анализ методом Пирсона.

Для шкалы «Уровень лояльности» были получены прямые достоверно значимые корреляции с «Клановым» типом культуры ($r = 0,546$, $p = 0,006$), обратные корреляции с «Рыночным» типом ($r = - 0,660$, $p = 0,000$) (Приложение 5).

Для шкалы «Уровень удовлетворенности трудом» были получены положительные взаимосвязи с «Клановым» типом культуры ($r = 0,497$, $p = 0,014$), и с «Адхократическим» типом ($r = 0,549$, $p = 0,005$), отрицательные взаимосвязи с «Рыночным» типом ($r = - 0,648$, $p = 0,001$) (Приложение 6).

Полученные результаты подтверждают первую гипотезу о том, что принятие корпоративной культуры взаимосвязано с проявлением лояльности к организации и удовлетворенности трудом, сотрудники склонные к клановой культуре в большей степени проявляют удовлетворенность трудом и лояльность к организации, а сотрудники склонные к принятию рыночной культуры, не проявляют лояльность к организации и слабо удовлетворены трудом.

Для проверки второй гипотезы о том, что совокупность индивидуальных ценностей различна для каждого типа организационной культуры, к которому относят себя сотрудники компании, а именно для типа «Клановой» культуры характерно наличие коммуникативного взаимодействия между сотрудниками, для типа «Адхократической» культуры - проявление социальной активности и стремление к новаторству, а для «Рыночного» типа культуры - материальное благополучие и престижная позиция сотрудника, был проведен корреляционный анализ методом Пирсона (Приложение 7).

Для каждого типа организационной культуры мы нашли связанные с ним совокупности ценностей сотрудников.

Так для «Кланового» типа были выявлены значимые положительные взаимосвязи с конструктами - приятное времяпровождение, отдых ($r = 0,593$, $p = 0,014$), помощь и милосердие к другим людям ($r = 0,759$, $p = 0,001$), любовь ($r =$

0,873, $p = 0,001$), общение ($r = 0,707$, $p = 0,003$). Отрицательные взаимосвязи со следующими ценностями: высокое материальное благосостояние ($r = - 0,872$, $p = 0,002$), признание и влияние на окружающих ($r = - 0,891$, $p = 0,001$).

Сотрудники данного типа ценят приятные взаимоотношения, помощь окружающим, общение, и не считают значительным материальные ценности и влияние на окружающих.

Для «Рыночного» типа мы обнаружили значимые положительные корреляционные связи со следующими ценностями: высокое материальное благосостояние ($r = 0,715$, $p = 0,002$), высокий социальный статус и управление людьми ($r = 0,759$, $p = 0,001$), признание, уважение и влияние на окружающих ($r = 0,879$, $p = 0,001$). Отрицательные взаимосвязи со следующими ценностями: приятное времяпровождение ($r = - 0,816$, $p = 0,001$), помощь и милосердие к другим людям ($r = - 0,807$, $p = 0,001$), общение ($r = - 0,781$, $p = 0,001$).

Таким сотрудникам важно иметь высокий статус и оказывать влияние на окружающих, материальные ценности, и для них не имеют значение взаимоотношения и помощь окружающим.

Для «Адхократического» типа культуры были выявлены следующие взаимосвязи с такими ценностями как: поиск и наслаждение прекрасным ($r = 0,585$, $p = 0,017$), познание нового в мире, природе, человеке ($r = 0,589$, $p = 0,019$), социальная активность для достижения позитивных изменений в обществе ($r = 0,556$, $p = 0,025$).

Данные сотрудники отдают предпочтение позитивному, новому, они активны в социальной жизни.

Для «Бюрократического» типа были выявлены следующие корреляционные связи: приятное времяпровождение и отдых ($r = 0,639$, $p = 0,008$), помощь и милосердие другим ($r = 0,575$, $p = 0,019$), любовь ($r = 0,691$, $p = 0,003$), общение ($r = 0,697$, $p = 0,003$).

Такие сотрудники ценят взаимоотношения, любовь, и помощь окружающим.

Мы можем сделать вывод, что вторая гипотеза подтвердилась и для каждого типа организационной культуры различна совокупность индивидуальных ценностей: испытуемые оценившие культуру как «Клановую», значимыми считают ценности, направленные на взаимоотношения и общение. Сотрудники, оценившие культуру своей организации как «Рыночную», выделяют материальные ценности, социальный статус и влияние на других, а для сотрудников оценивших культуру как «Адхократическую» важными являются социально-интеллектуальные ценности, новаторство.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной выпускной квалификационной работе рассмотрен следующий вопрос: понятие «ценностные ориентации», «организационная культура», содержание, структура и особенности представлений о взаимосвязи ценностных ориентаций и типов организационной культуры компании ТОО «Apartamenty.kz».

В рамках данного исследования была определена степень разработанности научной проблемы ценностных ориентаций как составляющей организационной культуры, проанализированы психологические индивидуальные ценностей, раскрыто понятие ценностей в психологии, описаны полученные в исследовании данные; разработан отчет о проделанной работе.

На основе полученных результатов исследования можно сделать следующие выводы:

Теоретический анализ литературных источников позволил изучить ценностные ориентации, организационную культуру и определить исходные положения ее развития, структуру и основные ее характеристики. Нами были проанализированы основные подходы следующих авторов: А. Маслоу, Э.Х. Шейн, К. Камерон, Р. Куин, Г. Хофштеде, М. Рокич.

Для понимания организационной культуры мы взяли понятие, которое дает Э.Х. Шейн, организационная культура - это «совокупность основных убеждений, сформированных самостоятельно, усвоенных или разработанных определённой группой, по мере того как она учится разрешать проблемы адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, которые оказались достаточно эффективными, чтобы считаться ценными, а потому передаваться всем членам в качестве правового образа восприятия, мышления и отношения людей к конкретным проблемам».

Ценности - это ядро организационной культуры, что определяет непосредственную связь между тем или иным типом организационной культуры и ценностями, на основе которых они формируются.

Ценности характерные для определенного типа организационной культуры, принимаются сотрудниками и поддерживаются, в том случае, когда в компании сформирован достаточно сильный тип культуры, и, чем сильнее он сформирован и выражен, тем эффективнее сотрудники этой компании.

В ходе эмпирического исследования были получены следующие результаты:

Организационная культура ТОО «Apartamenty.kz» смешанная, по мнению сотрудников преимущественно «Рыночная» и «Адхократическая», что характеризует организацию, как динамическое, предпринимательское и творческое место работы, ориентированное на результат, сотрудникам характерны такие качества как: целеустремленность, стремление побеждать, эффективное решение поставленных задач, а так же новаторство, рост и предоставление новых товаров и услуг.

При сравнении результатов исследования по методике OSAI оценка организационной культуры, компании в которой сотрудники работают в настоящее время и в которой бы они хотели работать можно сделать выводы: что большинство сотрудников хотели бы работать преимущественно в компании с «Клановым» типом организационной культуры, но в данный момент являются сотрудниками компании которой присущ «Рыночный» и «Адхократический» типы организационной культуры.

Сотрудники стремятся к усилению ценностей «Клановой» культуры, то есть благоприятному моральному климату, дружелюбности, уверенности в завтрашнем дне, доброго чувства к потребителям и заботы о людях, сплоченности.

Сотрудникам компании в большей степени характерны следующие ценности – приятное времяпровождение, отдых, высокое благосостояние, высокий материальный статус, признание и уважение людей, общение, поиск и наслаждение прекрасным, социальная активность. Такая совокупность ценностей говорит о благоприятном климате в коллективе, успешно сформированной организационной культуры.

Для каждого типа организационной культуры различна совокупность индивидуальных ценностей: испытуемые оценившие культуру как «Клановую», значимыми считают ценности, направленные на взаимоотношения и общение. Сотрудники, оценившие культуру своей организации как «Рыночную», выделяют материальные ценности, социальный статус и влияние на других, а для сотрудников оценивших культуру как «Адхократическую» важными являются социально-интеллектуальные ценности, новаторство.

Принятие корпоративной культуры взаимосвязано с проявлением лояльности к организации и удовлетворенности трудом, сотрудники склонные к клановой культуре в большей степени проявляют удовлетворенность трудом и лояльность к организации, а сотрудники склонные к принятию рыночной культуры, не проявляют лояльность к организации и слабо удовлетворены трудом.

Большая часть сотрудников удовлетворены условиями труда, но считают, что могли бы достигнуть больших результатов, стремятся улучшить свои результаты, нацелены на выполнение более трудных задач, отличаются большей продуктивностью, но так же считают важным материальный аспект, и не стремятся к ответственности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анисимов С.Ф. Ценности реальные и мнимые. - М.: Мысль, 1998. – 183с.
2. Апенько С.Н. Роль социокультурных ценностей в процессе оценки личности в организации // Личность. Культура. Общество. - 2004. - 4 (24). - С. 225-234.
3. Асаул А.Н. Культура организации: проблемы формирования и управления / А.Н. Асаул, М.А. Асаул, П.Ю. Ерофеев, М.П. Ерофеев. - СПб.: Гуманистика, 2006. – 182с.
4. Батрашев А.В. Диагностика способности к общению.- СПб.: Питер, 2006. -176 с: ил.
5. Бетина О.Б. Корпоративная культура как инструмент управления организационным поведением (на примере вуза). Автореф. дис. канд. экон. наук. СПб, 2007. - 19 с.
6. Бетина О.Б. Уровень «ценностного давления» как показатель эффективности управления корпоративной культурой // Проблемы современной экономики. 2007. - №1 - (21). – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=22116>.
7. Блинов А.О., Василевская О. В. Искусство управления персоналом. – М.: Гелан, 2001. – 411с.
8. Боечко Н.И. Специфика формирования российской организационной культуры // Проблемы современной экономики. - 2007. - №1 (21). – Электронный ресурс. – Режим доступа:<http://www.m-economy.ru/ait.php37articH22104>
9. Бубнова С.С. Методика диагностики индивидуальной структуры ценностных ориентаций личности// Методы психологической диагностики. Выпуск 2 // Под. Ред. А.Н. Воронина. - М.: 1994. - С. 144-157.
10. Бубнова С.С. Ценностные ориентации личности как многомерная нелинейная система // Психологический журнал. - Т. 20. - 1999. - № 5. – С. 99-105.

11. Василенко С.В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом / С.В. Василенко. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. - 136 с.
12. Вебер М. Избранные произведения. - М.: Прогресс, 1990. - 808 с.
13. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. - М.: Изд-во МГУ, 2001. - 527 с.
14. Гаврилюк В.В., Трикоз Н.А. Динамика ценностных ориентаций в период социальной трансформации (поколенный подход) // Социологические исследования. - 2000. - № 12. - С.104
15. Гарифулина Э.Ш. Роль консультанта в формировании организационной культуры // ИнтерТренинг. - 2004. - №1. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.corpculture.ru/content/rol-konsultanta-v-formirovanii-organizatsionnoi>
16. Голомазова Т.Н. Влияние элементов организационной культуры на управление человеческими ресурсами компании // НИМ Изучение корпоративной культуры. – 2012. - С. 4-5
17. Горшкова Л.А. Анализ организационной культуры // Экономический анализ: теория и практика. - 2005. - №6 (39). - С. 15-22.
18. Гофман А.Б. Э. Дюркгейм о ценностях и идеалах // Социологические исследования. - 1991. - № 2. - С. 104.
19. Гоффи Р., Джонс Г. Что объединяет современную компанию? // Управление персоналом / Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. - С. 9-54.
20. Грошев И.В. Особенности влияния организационной культуры на эффективность деятельности персонала фирмы // Проблемы теории и практики управления. - 2006. - №7. - С. 114-119.
21. Грошев И.В. Организационная культура: учеб.пособие / П.В.Емельянов, В.М. Юрьев, И.В. Грошев. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.- 289 с.
22. Гулянская Е.А. Ценности индивидуализма и коллективизма в организационной культуре современной России. Дис. канд. социол. наук. - Ставрополь, 2009. - 171 с.

23. Данилова Е. Динамика базовых ценностей молодежи Республики Беларусь / Е. Данилова // Социология: теория, методы, маркетинг. - 2007. - № 4. - С. 69-107.
24. Девяткина М. Организационная культура как необходимое условие повышения эффективности деятельности персонала // Служба кадров и персонал. 2007. - №63. - С. 63-66.
25. Демидова Е.В. Организационная культура и ее влияние на организационную эффективность // Современные проблемы науки и образования. – 2014. -№ 5.
26. Денисон Д., Хойшберг Р., Лэйн Н., Лиф К. Изменение корпоративной культуры в организациях / пер. с англ. Е. Колотвиной. - СПб.:Питер, 2013. - 192 с.
27. Дряхлов Н.И., Давыденко В.А. Социокультурные ценности россиян: вчера, сегодня, завтра // Социологические исследования. - 1997. - № 7. - С. 143.
28. Дюркгейм Э. Ценностные и «реальные» суждения// Социологические исследования. -1991. - №2. - С.33.
29. Евстигнеев И.С. Эффективность корпоративной культуры: методы анализа и проектирования. Дис. канд. экон. наук. – СПб.: 2005. -151 с.
30. Енин В.В., Кошельняк Е.Д. Влияние личности руководителя на формирование организационной культуры // Всероссийская научно-практическая Интернет-конференция «Психологические проблемы субъекта в современном мире». – Ставрополь: 2008. - С. 20-22.
31. Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе. - М.: Институт психологии РАН, 2006. – 334с.
32. Земедлина Е.А. Организационная культура: Учебное пособие / Е.А.Земедлина. - М.: ИЦ РИОР, 2012. - 126 с.
33. Иванова Т.Б., Журавлева Е.А. Корпоративная культура и эффективность предприятия: Монография / Т.Б. Иванова, Е.А. Журавлева.- М.: РУДН, 2011. - 152 с.: ил.

34. Ильина О.С. Комплексная диагностика корпоративной культуры современной организации. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://imib.tsogu.ru/press/kafedra-eup/science/grant/rgnf/stat3>
35. Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества // Политические исследования. – 1997. - №4. - С. 90-91.
36. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2001. - 320 е.: ил. - (серия «Теория и практика менеджмента»)
37. Капитонов Э.А., Зинченко Г.П., Капитонов А.Э. Корпоративная культура: теория и практика. - М.: Изд-во «Альфа - Пресс», 2005. - 352 с.
38. Карпов, А.В. Организационная культура в теории и практике отечественного менеджмента / А.В. Карпов // Журнал практического психолога. – 2007. - № 4. – С. 28- 36.
39. Карташова Л.В., Никонова Т.В., Соломанидина Т.О. Организационное поведение. - М.: ИНФРА-М, 2001. – 220с.
40. Кожин В.С., Тиунова Е.В., Смирнова О.Г., Тюлькина К.А. Формирование корпоративной культуры в контексте управления качеством: опыт Вятского государственного университета. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.education.rekom.ra/3J2008/20.html>
41. Козлов В.В. Корпоративная культура: Учебно-практическое пособие. - М.: Издательство «Альфа-пресс», 2009. - 304 с.
42. Коноков Д.Г., Рожков М.А., Смирнов Ю.А., Яниковская О.Н. Организационная структура предприятий: Учеб.-метод, пособие. - М.: КОНСЭКО, 1998. - 176 с.
43. Кремнева Н.Ю. Формирование корпоративной культуры: инновации и стереотипы / Н. Ю. Кремнева // Социологические исследования. – 2007. - № 7. – С. 52-59.
44. Лапин Н.И. Ценности как компоненты социокультурной эволюции современной России // Социологические исследования. - 1994. - №5. - С.43- 44.

45. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. - М.: Политиздат, 1977. - 304 с.
46. Липатов С.А. Организационная культура: концептуальные модели и методы диагностики // Вестник Московского университета Сер. 14. Психология. - 1997. - №5. - С. 55-65.
47. Магура М.И. Организационная культура как средство успешной реализации организационных изменений // Управление персоналом. - 2002. - №1. - С. 24-29.
48. Магура М.И. Патриотизм персонала по отношению к своей организации - решающее конкурентное преимущество // Управление персоналом. - 1998. - №11. - С. 20-27.
49. Магура М.И. Патриотизм персонала по отношению к своей организации - решающее конкурентное преимущество // Управление персоналом. - № 11. - 1998. С. 116-126.
50. Магура М.И. Приверженность работников своей организации. Автореф. дис. ... канд. псих. наук : 19.00.03. - М.: 1999. - 22 с.
51. Магура М.И., Курбатова М.Б. Современные персонал-технологии. Глава 9. Организационная приверженность // Управление персоналом. - 2001. - №6. - С. 45-50.
52. Маслоу А. Психология бытия: Пер. с англ. - М.: Изд-во «Совершенство» 1998. - 208с.
53. Математические методы в социологии. Анализ данных и логика вывода в эмпирическом исследовании: Учеб. пособие для вузов / Р.Л. Агабекян, М.М. Кириченко, С.В. Усатилов. - Ростов н/Д.: Феникс, 2005. - 192 с. (Высшее образование)
54. Могутнова Н.Н. Корпоративная культура: понятие, подходы // Социологические исследования. - 2005. - №4. - С. 132.
55. Погребняк В.А. История формирования организационной культуры. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 250с. Эл. ресурс. - Режим доступа: www.orgculture.narod.ru

56. Померанцева Е.П. Модели управления персоналом. Исследование, разработка, внедрение. – М.: Вершина, 2006. – 256 С.
57. Почебут Л.Г., Чикер В.А. Организационная психология: Учеб.пособ. - СПб: Речь, 2000. – 298с.
58. Почебут Л.Г. Оценка лояльности сотрудника к организации. Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности: / Под ред. Г.С. Никифорова, М.А. Дмитриевой, В.М. Снеткова. – СПб.: Речь, 2001. –357с.
59. Пригожин А.И. Организационная культура и ее преобразование / А.И.Пригожин // Общественные науки и современность. – 2003. - №5. – С.12 – 22.
60. Ранде Ю.П. Удовлетворенность и лояльность персонала как главные показатели эффективности внутреннего маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. - 2006. - №3 (53). - С. 61-69.
61. Роббинз З.С. Основы организационного поведения. – М: Вильямс, 2006. 320 с.
62. Сидоренков А.В. Методики социально-психологического изучения малых групп в организации: монография / А.В. Сидоренков, Е.С. Коваль, А.Л. Мондрус, И.И. Сидоренкова, Н.Ю. Ульянова; под ред. А.В. Сидоренкова. –Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2012. – 244 с.
63. Сидоренков А.В., Сидоренкова И.И. Эффективность малых групп в организации. Социально-психологические и организационно-деятельностные аспекты: монография. - Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2011. – 248с.
64. Сидоренков А.В., Ульянова Н.Ю. Методики изучения эффективности малой группы в организации: учебно-методическое пособие. - Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2011. – 27с.
65. Сокурянская Л.Г. Студенчество на пути к другому обществу: ценностный дискурс перехода: [Монография] / Л.Г. Сокурянская; [Рец.: В.И. Астахова и др.]; Харьк. нац. ун-т им. В.Н. Каразина. - Х.: 2006. – 125с.
66. Соломанидина Т.О. Организационная культура в таблицах, тестах, кейсах и схемах: Учебно-методические материалы. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 395 с.

67. Соломанидина Т.О. Организационная культура и климат: взаимозависимость и влияние на эффективность работы компании // Управление персоналом. - 2005. - №2. - С. 55-57.
68. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании: Учеб.пособие. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 624 с.
69. Спивак В.А. Корпоративная культура. - СПб.: Питер, 2001. - 352 с.
70. Спивак В.А. Организационное поведение и управление персоналом: Учеб.пособие для вузов. - СПб.: Питер, 2000. - 412 с.
71. Сурина И.А. Ценностные ориентации // Знание. Понимание. Умение. - 2005. - № 4. - С. 162-164.
72. Сухорукова М.В. Ценности как ключевой элемент организационной культуры // Управление персоналом. - 2000. - №11. - С. 39-44.
73. Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка: Учебное пособие / О.Г. Тихомирова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 151 с.
74. Томилов В.В. Организационная культура и предпринимательство /Учебное пособие. - СПб.: СПб УЭФ, 2004. - 268с.
75. Шапиро С.А. Организационное поведение. - М.: Госс Медиа, 2005. - 336 с.
76. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. - СПб.: Питер, 2002. - 336с.
77. Шинкаренко О.Н. Корпоративная культура: мифы и реальность // Кадры предприятия. - 2011. - №9. - С. 34-35.
78. Яницкий М.С. Ценностные ориентации личности: как динамическая система. - Кемерово: Кузбассвузиздат, 2000 – 204с.

Бланк методики «Инструмент оценки организационной культуры
(OCAI)» (Камерон, Куинн, 2001)

		Теперь	Предпочтительно
1. Важнейшие характеристики			
A	Организация уникальна по своим особенностям. Она подобна большой семье. Люди выглядят имеющими много общего		
B	Организация очень динамична и проникнута предпринимательством. Люди готовы жертвовать собой и идти на риск		
C	Организация ориентирована на результат. Главная забота – добиться выполнения задания. Люди ориентированы на соперничество и достижение поставленной цели		
D	Организация жестко структурирована и строго контролируется. Действия людей, как правило, определяются формальными процедурами		
Всего:		100	100
2. Общий стиль лидерства в организации			
A	Общий стиль лидерства в организации представляет собой пример мониторинга, стремления помочь или научить		
B	Общий стиль лидерства в организации служит примером предпринимательства, новаторства и склонности к риску		
C	Общий стиль лидерства в организации служит примером деловитости, наступательности, ориентации на результат		
D	Общий стиль лидерства в организации являет собой пример координации, четкой организации или плавного ведения дел		
Всего:		100	100
3. Управление работниками			
A	Стиль руководства в организации характеризуется поощрением совместной деятельности, единодушия и участия коллектива в принятии решений		
B	Стиль руководства в организации характеризуется поощрением индивидуального риска, новаторства, свободы и самобытности каждого.		
C	Стиль руководства в организации характеризуется высокой требовательностью, жестким стремлением к конкурентоспособности и поощрением достижений.		
D	Стиль руководства в организации характеризуется гарантией		

	занятости, требованием подчинения, предсказуемости и стабильности в отношениях.		
Всего:		100	100
4. Связующая сущность организации			
A	Организацию связывают воедино преданность делу и взаимное доверие. Обязательность является главным качеством организации		
B	Организацию связывают воедино приверженность новаторству и совершенствованию. Акцентируется необходимость быть на передовых рубежах		
C	Организацию связывает воедино акцент на достижении цели и выполнении задачи. Общепринятые темы – наступательность и победа		
D	Организацию связывают воедино формальные правила и официальная политика. Важно поддержание плавного хода деятельности организации		
Всего:		100	100
5. Стратегические цели			
A	Организация заостряет внимание на поддержании высокого доверия, открытости и соучастия		
B	Организация акцентирует внимание на обретении новых ресурсов и решении новых проблем. Ценятся пробы нового и изыскания новых возможностей		
C	Организация акцентирует внимание на конкурентных действиях и достижениях. Доминирует целевое напряжение сил и стремление к победе на рынке предоставления аналогичных услуг		
D	Организация акцентирует внимание на неизменности и стабильности. Важнее всего контроль и плавность ведения дел		
Всего:		100	100
6. Критерии успеха			
A	Организация определяет успех на базе развития человеческих ресурсов, коллективной работы, увлеченности работников делом и заботой о людях		
B	Организация определяет успех на базе обладания уникальной или новейшей технологией. Организация – лидер и новатор в данной профессионально-трудовой сфере		
C	Организация определяет успех на базе конкурентного лидерства (опережение конкурентов)		
D	Организация определяет успех на базе надежных, стабильных показателей, четких планов, низких производственных затрат		
Всего:		100	100

Бланк методики

«Диагностика реальной структуры ценностных ориентаций личности»

С.С. Бубновой

Ценности в обобщенном виде:

1. Приятное времяпрепровождение, отдыха;
2. Высокое материальное благосостояние;
3. Поиск и наслаждение прекрасным;
4. Помощь и милосердие к другим людям;
5. Любовь;
6. Познание нового в мире, природе, человеке;
7. Высокий социальный статус и управление людьми;
8. Признание и уважение людей и влияние на окружающих;
9. Социальная активность для достижения позитивных изменений в обществе;
10. Общение;
11. Здоровье.

Номер вопроса										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44
45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55
56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66
Σ										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

Опросник

1. Любите ли вы лежать на диване и ничего не делать?
2. Любители вы сами зарабатывать деньги и получать от этого удовольствие?

3. Часто ли вас посещает мысль, что хочется сходить в театр или на выставку?
4. Часто ли вы помогаете близким по хозяйству?
5. Считаете ли вы, что любовь – определяющее чувство в жизни?
6. Любите ли вы читать книги о чем-то новом, еще неизвестном вам?
7. Хотите ли вы стать боссом (начальником какой-нибудь компании)?
8. Хотите ли вы, чтобы вас уважали друзья за ваши личностные качества?
9. Хотите ли вы сами принимать участие в каких-либо общественных мероприятиях (митингах, забастовках) в пользу близкого вам слоя населения?
10. Считаете ли вы, что без общения с друзьями ваша жизнь будет тусклой и безрадостной?
11. Считаете ли вы, что было бы здоровье, а все остальное приложится?
12. Часто ли вам хочется расслабиться (послушать легкую музыку, например)?
13. Избрали вы свою профессию в основном потому, что она может вам приносить большой материальный достаток?
14. Считаете ли вы, что в жизни важно уметь играть на музыкальных инструментах, рисовать и т.п.?
15. Если кто-то из ваших знакомых заболел, выберите ли вы время. Чтобы его навестить?
16. Ваш брак создан (создадите) по любви?
17. Любите ли вы читать научно-популярные книги?
18. Хотели вы в школе стать каким-либо организатором?
19. Если вы совершили неблагоприятный поступок по отношению к друзьям или сотрудникам, будете ли вы переживать по этому поводу?
20. Считаете ли вы, что путем общественных действий (митингов, собраний) можно что-либо изменить в общественной жизни?
21. Можете ли вы спокойно обойтись без частого общения со своими знакомыми?
22. Считаете ли вы, что необходимо каким-либо образом укреплять свое здоровье (плавать, бегать. Играть в теннис и т.д.)?

23. Главное для вас – ваше настроение в данный момент, а что будет потом – не так важно?

24. Считаете ли вы, что главное – это приобрести дом (квартиру), машину и другие материальные блага?

25. Любите ли вы гулять по лесу, парку?

26. Как вы считаете, нудно ли помогать материально тем, кто просить милостыню или нет?

27. Любовь – это чувство, которое рождается и умирает?

28. Хотели бы вы стать ученым или научным сотрудником?

29. Власть – это почетно и значимо или в ней больше хлопот и всяких неприятностей?

30. Хотели бы вы, чтобы у вас было больше друзей?

31. Приходило ли вам в голову заняться каким-либо переустройством общественной организации (клуба, консультационного пункта, института)?

32. Много ли своего свободного времени вы хотели бы уделять общению?

33. Часто ли вы задумываетесь о своем здоровье?

34. Считаете ли вы, что очень важно уметь доставлять себе удовольствие?

35. Если все начать сначала, выбрали бы вы сейчас более высокооплачиваемую работу, чем настоящая?

36. Хотели бы вы заняться фотографией?

37. Считаете ли вы, что нужно обязательно помочь упавшему человеку?

38. Чувство любви для вас – это первооснова жизни или нет?

39. Часто ли вы задаете себе вопрос: «А почему именно так?»

40. Хотели бы вы «делать» политику?

41. Часто ли ваш внутренний голос задает вам вопрос: «А уважают ли меня окружающие?»

42. Являются ли для вас общественные явления предметом обсуждения дома или на работе?

43. Если вы три дня проведете на необитаемом острове, умрете ли вы от одиночества?

44. Катаетесь ли вы на лыжах, чтобы укрепить свое здоровье?

45. Часто ли вы подолгу мечтаете, лежа с закрытыми глазами?

46. Главное в жизни – это делать деньги и создавать собственный бизнес?

47. Часто ли вы покупаете картины и др. художественные изделия или хотели бы их купить?

48. Если болеет кто-то из близких довольно долго, будете ли вы выполнять за него его обязанности по хозяйству смиренно и безропотно?

49. Любите ли вы маленьких детей?

50. Хотели бы вы создать какую-нибудь свою «теорию» («относительности», «таблицу Менделеева» и т.п.)?

51. Вы хотите быть похожи на какого-либо известного человека (актера, политика, бизнесмена)?

52. Важно ли вам, чтобы вас уважали сослуживцы за ваши профессиональные знания?

53. Хотели бы вы в настоящее время что-либо сами предпринять в политике?

54. Вы человек решительный?

55. Ходите ли вы в сауну, бассейн, баню, занимаетесь ли аэробикой для поддержания хорошего физического состояния?

56. Нормальный отдых - это чрезвычайно важно, не так ли?

57. В жизни чрезвычайно важно накопить материальные средства и передать их детям?

58. Хотелось ли вам когда-нибудь самому нарисовать картину или сочинить музыку?

59. Когда маленький ребенок плачет, это «крик о помощи»?

60. Для вас важнее любить самому, чем быть любимым?

61. «Во всем хочется дойти до самой сути» – это про вас?

62. Вы хотели бы, чтобы ваши дети стали знаменитыми людьми?

63. Хотели бы вы, чтобы сослуживцы обращались к вам за помощью в личном плане, как к человеку?

64. В общественной жизни пусть остается все как есть?

65. Общение – это лишь пустая трата времени?

66. Здоровье – это не самое главное в жизни, не так ли?

Бланк методики «Организационная лояльность» Терстоуна

Варианты суждений:

1. Интересы руководства компании и ее сотрудников в большинстве случаев не совпадают.
2. Как правило, дополнительные усилия сотрудника не оцениваются руководством в должной степени.
3. Руководитель не должен обсуждать с подчиненными свои проблемы, так как это не способствует поддержанию авторитета.
4. Если руководитель держит подчиненных на некоторой дистанции, то к выполнению его распоряжений они относятся более ответственно.
5. Чтобы успешно руководить людьми, нужно быть в курсе их проблем.
6. Руководитель должен постоянно контролировать работу своих подчиненных.
7. Руководитель может простить сотрудникам отступление от тех правил, которые они считают неразумными.
8. Конфликты между сотрудниками, если они не касаются деловой сферы, не отражаются на работе организации.
9. На работе гораздо важнее пользоваться расположением влиятельных людей, чем добиваться успеха отличным выполнением работы.
10. Люди, которые живут только работой, часто вредят делу своим излишним рвением.
11. Обязательства перед работниками компания должна выполнять, несмотря на финансовые затруднения.
12. Руководство компании не должно принимать решения, с которыми не согласно большинство сотрудников.

13. Заработная плата сотрудника компании должна зависеть от экономической ситуации в его семье.
14. Один сотрудник фирмы не может получать зарплату, в 10 раз превышающую зарплату других сотрудников.
15. Скорость продвижения по службе в первую очередь зависит от отношений с руководством, а затем уже от квалификации.
16. Качественное выполнение должностных обязанностей является необходимым и достаточным условием карьерного роста.
17. Руководитель может пойти навстречу просьбе хорошего работника в нарушение общих правил.
18. В дружном коллективе приятно работать, но им труднее управлять.
19. Если, по мнению сотрудника, распоряжение руководителя может повредить делу, сотрудник должен предупредить его об этом.
20. Работа должна приносить не удовлетворение, а деньги.
21. Повышение в должности не способствует сохранению дружеских отношений с коллегами.
22. Если работа очень интересная, не так уж и важно, сколько за нее платят.
23. Если большинство сотрудников принимают участие в управлении компанией, она будет работать более успешно.
24. Сотрудник может настаивать на смене своего руководителя, если тот не соответствует занимаемой должности.
25. Люди, которые стремятся угодить начальству, вызывают недоверие.
26. Если сотрудник является специалистом высокого класса, руководство будет снисходительно относиться к его недостаткам.
27. Если до рабочего места нужно добираться более полутора часов, то любая работа покажется утомительной и неинтересной.

28. Я тщательно продумываю свой внешний вид, когда собираюсь на работу.
29. Опаздывать на работу не такой уж большой грех.
30. Сверхурочная работа должна оплачиваться дополнительно.
31. Если кто-то из сотрудников не слишком хорошо выполняет свои обязанности, остальные не должны вмешиваться.
32. Сотрудники имеют право знать, какую зарплату получают их коллеги.
33. Если на совместной вечеринке руководитель пообещал завтра не наказывать за опоздание, то нет смысла спешить на работу.
34. Если руководитель доволен своим подчиненным, проявление дополнительной инициативы со стороны сотрудника может ему только повредить.
35. Получая зарплату, сотрудник вправе рассчитывать на «спасибо» от директора, а не наоборот.
36. В компании и для сотрудников, и для руководителей правила должны быть одинаковыми.

Бланк опросника

«Интегральная удовлетворенность трудом» (А.В. Батрашев)

1. То, чем я занимаюсь на работе, меня интересует

- а) да;
- в) отчасти;
- с) нет.

2. За последние годы я добился успехов в своей профессии

- а) да;
- в) отчасти;
- с) нет.

3. У меня сложились хорошие отношения с членами нашего коллектива

- а) да;
- в) не со всеми;
- с) нет.

4. Удовлетворение, получаемое от работы, важнее, чем высокий заработок

- а) да;
- в) не всегда;
- с) нет.

5. Занимаемое мной служебное положение не соответствует моим способностям

- а) да;
- в) отчасти;
- с) нет.

6. В работе меня прежде всего привлекает возможность узнавать что-то новое

- а) да;
- в) время от времени;

с) нет.

7. С каждым годом я ощущаю, как растут мои профессиональные знания

а) да;

в) не уверен;

с) нет.

8. Люди, с которыми я работаю, уважают меня

а) да;

в) что-то среднее;

с) нет.

9. В жизни часто бывают ситуации, когда не удастся выполнить всю возложенную на вас работу

а) да;

в) среднее;

с) нет.

10. В последнее время руководство не раз выражало удовлетворение по поводу моей работы

а) да;

в) редко;

с) нет.

11. Работу, которую я выполняю, не может выполнить человек с более низкой квалификацией

а) да;

в) среднее;

с) нет.

12. Процесс работы доставляет мне удовольствие

а) да;

в) время от времени;

с) нет.

13. Меня не устраивает организация труда в нашем коллективе

- а) да;
- в) не совсем;
- с) нет.

14. У меня часто бывают разногласия с товарищами по работе

- а) да;
- в) иногда;
- с) нет.

15. Меня редко поощряют за работу

- а) да;
- в) иногда;
- с) нет.

16. Даже если бы мне предложили более высокий заработок, я бы не сменил место работы

- а) да;
- в) может быть;
- с) нет.

17. Мой непосредственный руководитель часто не понимает или не хочет понять меня

- а) да;
- в) иногда;
- с) нет.

18. В нашем коллективе созданы благоприятные условия для труда

- а) да;
- в) не совсем;
- с) нет.

Корреляционный анализ между типами ОК и уровнем лояльности

Корреляции						
		А Клановая	БАдхократическая	С Рыночная	Д Бюрократическая	Уровень Лояльности
А Клановая	Корреляция Пирсона	1	,199	-,769**	-,422*	,546**
	Знч.(2-сторон)		,352	,000	,040	,006
	N	24	24	24	24	24
БАдхократическая	Корреляция Пирсона	,199	1	-,243	-,158	,312
	Знч.(2-сторон)	,352		,252	,460	,137
	N	24	24	24	24	24
С Рыночная	Корреляция Пирсона	-,769**	-,243	1	,193	-,660**
	Знч.(2-сторон)	,000	,252		,365	,000
	N	24	24	24	24	24
Д Бюрократическая	Корреляция Пирсона	-,422*	-,158	,193	1	,121
	Знч.(2-сторон)	,040	,460	,365		,573
	N	24	24	24	24	24
Уровень Лояльности	Корреляция Пирсона	,546**	,312	-,660**	,121	1
	Знч.(2-сторон)	,006	,137	,000	,573	
	N	24	24	24	24	24

** . Корреляция значима на уровне 0.01 (2-сторон.).

* . Корреляция значима на уровне 0.05 (2-сторон.).

Корреляционный анализ между типами ОК и уровнем удовлетворенности трудом

Корреляции

		А Клановая	БАдхократическая	С Рыночная	Д Бюрократическая	Уровень удовлетворенности трудом
А Клановая	Корреляция Пирсона	1	,199	-,769**	-,422*	,540**
	Знч.(2-сторон)		,352	,000	,040	,006
	N	24	24	24	24	24
БАдхократическая	Корреляция Пирсона	,199	1	-,243	-,158	,264
	Знч.(2-сторон)	,352		,252	,460	,212
	N	24	24	24	24	24
С Рыночная	Корреляция Пирсона	-,769**	-,243	1	,193	-,698**
	Знч.(2-сторон)	,000	,252		,365	,000
	N	24	24	24	24	24
Д Бюрократическая	Корреляция Пирсона	-,422*	-,158	,193	1	,087
	Знч.(2-сторон)	,040	,460	,365		,685
	N	24	24	24	24	24
Уровень удовлетворенности трудом	Корреляция Пирсона	,540**	,264	-,698**	,087	1
	Знч.(2-сторон)	,006	,212	,000	,685	
	N	24	24	24	24	24

** . Корреляция значима на уровне 0.01 (2-сторон.).

* . Корреляция значима на уровне 0.05 (2-сторон.).

Результаты корреляционного исследования взаимосвязи типов организационной культуры и ценностей

			Корреляции														
			реальная Клановая	реальная Рыночная	реальная Бюрократическая	реальная Адхократическая	1 приятное времяпровождение, отдых	2 высокое материальное благополучие	3 поиск и наслаждение прекрасным	4 помощь и милосердие к другим людям	5 любовь	6 познание нового в мире, природе, человеке	7 высокий социальный статус и управление людьми	8 признание и уважение людей и влияние на окружающих	9 социальная активность для достижения позитивных изменений в обществе	10 общение	11 здоровье
до Спирмена	реальная Клановая	Кoeffициент корреляции	1,000	-,872	-,641	-,266	-,903	-,708	-,123	-,959	-,873	-,291	-,504	-,891	-,160	-,907	-,396
		Знач. (2-сторон)		,000	,007	,320	,000	,002	,649	,000	,000	,274	,046	,000	,553	,000	,129
		N	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
	реальная Рыночная	Кoeffициент корреляции	-,872	1,000	-,788	-,003	-,816	-,715	-,380	-,807	-,762	-,055	-,759	-,877	-,402	-,781	-,181
		Знач. (2-сторон)	,001		,000	,990	,000	,002	,146	,000	,001	,840	,001	,000	,123	,000	,503
		N	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
	реальная Бюрократическая	Кoeffициент корреляции	-,641	-,788	1,000	-,176	-,639	-,577	-,426	-,578	-,691	-,143	-,432	-,621	-,461	-,697	-,344
		Знач. (2-сторон)	,007	,000		,515	,008	,019	,100	,019	,003	,597	,094	,010	,072	,003	,192
		N	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
	реальная Адхократическая	Кoeffициент корреляции	-,266	-,003	-,176	1,000	-,101	-,084	-,585	-,235	-,015	-,580	-,248	-,225	-,556	-,090	,087
		Знач. (2-сторон)	,320	,990	,515		,710	,756	,017	,380	,957	,019	,355	,403	,025	,741	,748
		N	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
	1 приятное времяпровождение, отдых	Кoeffициент корреляции	-,593	-,816	-,639	-,101	1,000	-,666	-,197	-,850	-,826	-,243	-,573	-,803	-,236	-,819	-,198
		Знач. (2-сторон)	,014	,000	,008	,710		,005	,464	,000	,000	,365	,020	,000	,379	,000	,463
		N	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
	2 высокое материальное благополучие	Кoeffициент корреляции	-,708	-,715	-,577	-,084	-,666	1,000	-,410	-,549	-,599	-,058	-,449	-,766	-,183	-,748	,066
		Знач. (2-сторон)	,002	,002	,019	,756	,005		,115	,028	,014	,831	,081	,001	,498	,001	,807
		N	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
	3 поиск и наслаждение прекрасным	Кoeffициент корреляции	-,123	-,380	-,426	-,585	-,197	-,410	1,000	-,110	-,391	-,496	-,429	-,159	-,597	-,288	,000
		Знач. (2-сторон)	,649	,146	,100	,017	,464	,115		,686	,134	,051	,097	,557	,015	,279	1,000
		N	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
	4 помощь и милосердие к другим людям	Кoeffициент корреляции	-,759	-,807	-,578	-,235	-,850	-,549	-,110	1,000	-,879	-,355	-,447	-,784	-,144	-,858	-,477
		Знач. (2-сторон)	,001	,000	,019	,380	,000	,028	,686		,000	,177	,083	,000	,594	,000	,062
		N	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
	5 любовь	Кoeffициент корреляции	-,873	-,762	-,691	-,015	-,826	-,599	-,391	-,879	1,000	-,139	-,431	-,728	-,253	-,926	-,412
Знач. (2-сторон)		,001	,001	,003	,957	,000	,014	,134	,000		,607	,095	,001	,344	,000	,113	
N		24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	
6 познание нового в мире, природе, человеке	Кoeffициент корреляции	-,291	-,055	-,143	-,580	-,243	-,058	-,496	-,355	-,139	1,000	-,012	-,078	-,716	-,245	-,036	
	Знач. (2-сторон)	,274	,840	,597	,019	,365	,831	,051	,177	,607		,966	,773	,002	,361	,894	
	N	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	
7 высокий социальный статус и управление людьми	Кoeffициент корреляции	-,504	-,759	-,432	-,248	-,573	-,449	-,429	-,447	-,431	-,012	1,000	-,573	-,297	-,423	-,364	
	Знач. (2-сторон)	,046	,001	,094	,355	,020	,081	,097	,083	,095	,966		,020	,264	,102	,166	
	N	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	
8 признание и уважение людей и влияние на окружающих	Кoeffициент корреляции	-,891	-,877	-,621	-,225	-,803	-,766	-,159	-,784	-,728	-,078	-,573	1,000	-,301	-,750	-,188	
	Знач. (2-сторон)	,000	,000	,010	,403	,000	,001	,557	,000	,001	,773	,020		,257	,001	,486	
	N	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	
9 социальная активность для достижения позитивных изменений в обществе	Кoeffициент корреляции	-,160	-,402	-,461	-,556	-,236	-,183	-,597	-,144	-,253	-,716	-,297	-,301	1,000	-,131	-,264	
	Знач. (2-сторон)	,553	,123	,072	,025	,379	,498	,015	,594	,344	,002	,264	,257		,629	,323	
	N	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	
10 общение	Кoeffициент корреляции	-,707	-,781	-,697	-,090	-,819	-,748	-,288	-,858	-,926	-,245	-,423	-,750	-,131	1,000	-,384	
	Знач. (2-сторон)	,003	,000	,003	,741	,000	,001	,279	,000	,000	,361	,102	,001	,629		,143	
	N	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	
11 здоровье	Кoeffициент корреляции	-,396	-,181	-,344	-,087	-,198	-,066	-,000	-,477	-,412	-,036	-,364	-,188	-,264	-,384	1,000	
	Знач. (2-сторон)	,129	,503	,192	,748	,463	,807	1,000	,062	,113	,894	,166	,486	,323	,143		
	N	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	

**. *

Корреляция значима на уровне 0.01 (2-сторонняя).

*. Корреляция значима на уровне 0.05 (2-сторонняя).

Проверка нормальности распределения Колмогорова-Смирнова

Одновыборочный критерий Колмогорова-Смирнова

		А Клановая	Б Адхократическая	С Рыночная	Д Бюрократическая	Реальная Клановая	Реальная Адхократическая	Реальная Рыночная	Реальная Бюрократическая	Уровень Лояльности	Уровень удовлетворенности трудом
N		24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
Нормальные параметры ^{а,б}	Среднее	38,5417	23,2917	24,3333	5,8750	36,2500	43,1250	30,2083	13,3333	48,6250	19,7917
	Стд. отклонение	11,65437	16,61188	13,26213	4,28661	16,30217	10,19511	14,85284	11,19653	19,52660	12,11531
Разности экстремумов	Модуль	,121	,245	,170	,331	,136	,121	,212	,284	,133	,166
	Положительные	,121	,245	,170	,331	,113	,121	,212	,284	,133	,166
	Отрицательные	-,107	-,179	-,122	-,252	-,136	-,099	-,132	-,228	-,086	-,125
Статистика Z Колмогорова-Смирнова		,593	1,201	,832	1,621	,667	,591	1,040	1,390	,651	,811
Асимпт. знч. (двухсторонняя)		,873	,112	,494	,010	,766	,876	,229	,042	,791	,527

а. Сравнение с нормальным распределением.

б. Оценивается по данным.