

**Анализ структурных моделей взаимосвязи организационных переменных с воспринимаемыми типами корпоративной культуры**

**Научный руководитель – Липатов Сергей Алексеевич**

***Несмеянова Роксана Константиновна***

*Кандидат наук*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра социальной психологии, Москва, Россия

*E-mail: Roxielight@mail.ru*

Темп и условия современной жизни диктуют руководству успешных организаций необходимость учитывать все возможные компоненты (экономические, организационные, психологические), влияющие на эффективность производства. Общий контекст и атмосферу деятельности на предприятии можно определить понятием *корпоративная культура*. Она представляет собой совокупность разделяемых работниками ценностей, норм, установок, принятых моделей поведения.

Согласно «парадигмальному» подходу Л. Константина [1], культуру организации можно классифицировать, опираясь на предложенные им 4 типа: *открытый* (сотрудничество, стремление к консенсусу и свобода коммуникаций); *закрытый* (четкая структура, вертикальные коммуникации, стабильность); *синхронный* (деятельность задается общей идеологией, высокая мотивация, ограниченные коммуникации); *случайный* (гибкость структуры, автономность сотрудников, акцент на творчество). Положительная оценка работником воспринимаемых характеристик культуры организации говорит о ее *привлекательности* для него.

Субъективное ощущение человеком принадлежности к месту своей работы, характеристика себя в категориях корпорации принято описывать термином *организационная идентификация*. Г. Крэйнер и Б. Эшфорт [2] для комплексного понимания данного феномена предложили расширенную модель, включающую четыре ее вида: *идентификация* (в классической трактовке), *амбивалентная* (двойственное отношение к организации); *нейтральная* (проявление равнодушия), *дезидентификация* (осознанное разотождествление с местом работы).

На процесс приобщения к организации в том числе оказывает влияние индивидуальная склонность индивида к отождествлению себя с различными социальными объектами, определяемая как *потребность в идентификации*. Кроме того, важна степень *соответствия индивидуальных и организационных ценностей*.

Характер привязанности к организации, эмоциональная связь с ней, может быть трех видов [4]: *безопасный* (доверительные отношения с коллегами, высокая самооценка); *амбивалентный* (положительное отношение к коллегам, боязнь критики, невысокая самооценка); *избегающий* (минимизация контактов, неудовлетворенность работой, положительная самооценка).

**Цель** исследования - выявление характера взаимосвязи воспринимаемых типов культуры организации с переменными: виды организационной идентификации, потребность в ней, привлекательность культуры, типы привязанности к организации и соответствие индивидуальных и организационных ценностей.

Респонденты - сотрудники различных коммерческих организаций (241 человек). Средний возраст - 30 лет (ст.откл. 9), средний стаж - 4 года (ст.откл. 6).

**Методики:**

1) «Шкалы организационных парадигм» Л. Константина [1];

- 2) «Оценка организационной идентификации сотрудников» Г. Крэйнера и Б. Эшфорта [2];
- 3) «Оценка потребности в идентификации» М. Мэйхью и др. [3];
- 4) «Привязанность к организации» Ф. Скрима и др. [4];
- 5) «Оценка соответствия индивидуальных и организационных ценностей» К. Виндсор и Н. Ашканази [5].

**Математическая обработка** производилась с помощью MS Excel 2011, SPSS Statistics 18 (включая Amos 18).

Методом моделирования структурными уравнениями были построены модели, соответствующие каждому типу культуры, отражающие их связь с заявленными переменными. Критерии оценки моделей по индексам соответствия:

- 1) открытый тип: CMIN = 32,89; df = 22; p = 0,06; CMIN/df = 1,50; RMSEA = 0,05;
- 2) закрытый тип: CMIN = 26,30; df = 21; p = 0,20; CMIN/df = 1,25; RMSEA = 0,03;
- 3) синхронный тип: CMIN = 35,41; df = 23; p = 0,05; CMIN/df = 1,54; RMSEA = 0,05;
- 4) случайный тип: CMIN = 27,16; df = 22; p = 0,21; CMIN/df = 1,23; RMSEA = 0,03.

Модели имеют необходимый уровень согласованности.

### **Описание результатов**

Ниже представлены связи между переменными (с различиями в регрессионных коэффициентах), которые *проявились во всех моделях*.

Согласованность личных и организационных ценностей отражается на восприятии сотрудником места своей работы как привлекательного, а также стимулирует проявление у него потребности в идентификации. Если же ценности рассогласованы, то низка вероятность формирования избегающего типа привязанности. В возникновение данного типа привязанности может внести вклад наличие амбивалентной привязанности.

Одним из предикторов нейтральной идентификации является избегающая привязанность. Нейтральная позиция или дезидентификация со своим предприятием отчасти определяют формирование амбивалентной идентификации. Наличие положительной идентификации в том числе определяется отсутствием индифферентного отношения к организации.

*Различия* в получившихся моделях.

Открытый и случайный тип корпоративной культуры положительно связаны с ее привлекательностью, в отличие от закрытого и синхронного, где ситуация обратная. Открытый тип культуры является одним из предикторов соответствия личных и организационных ценностей.

В рамках культуры закрытого типа не проявилась прямая положительная связь от нейтральной идентификации к дезидентификации. Другая особенность - одной из причин формирования дезидентификации с местом работы может стать наличие избегающей привязанности.

Только в контексте случайного типа корпоративной культуры выявлена прямая связь от потребности в идентификации к возникновению положительной идентификации. Также обнаружена обратная связь между дезидентификацией и соответствием индивидуальных и организационных ценностей.

Таким образом, проведенный анализ с построением моделей позволил увидеть специфику взаимосвязей между воспринимаемыми типами корпоративных культур и изучаемыми переменными, а также оценить направление связи и величину вклада.

## **Источники и литература**

- 1) Липатов С.А. Опросник «Шкалы организационных парадигм» Л.Л. Константина // Журнал практического психолога, 2005, № 2, с. 186-198.
- 2) Kreiner G.E., Ashforth B.E. Evidence toward an expanded model of organizational identification // Journal of Organizational Behavior, 2004, Vol. 25, pp. 1-27.
- 3) Mayhew M.G., Gardner J., Ashkanasy N.M. Measuring individuals' need for identification: Scale development and validation // Personality and Individual Differences, 2010, Vol. 49, pp. 356-361.
- 4) Scrima F., Rioux L., Lorito L. Three-factor structure of adult attachment in the workplace: comparison of British, French, and Italian samples // Psychological Reports: Sociocultural Issues in Psychology, 2014, Vol. 115, N. 2, pp. 627-642.
- 5) Windsor C.A., Ashkanasy N.M. Auditor independence decision making: The role of organizational culture perceptions // Behavioral Research in Accounting, 1996, Vol. 8, pp. 80-97.