
ВЗАИМОСВЯЗЬ ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ПЕРСОНАЛА С ТИПАМИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В СТАДИИ КРИЗИСА ПРЕДПРИЯТИЯ

А.А. Студеникин

Кафедра психологии управления
Тольяттинский филиал Самарской гуманитарной академии
ул. Индустриальная, 4, Тольятти, Россия, 445000

В работе рассматриваются такие базовые характеристики организационной культуры как личностные ценности и смыслы, выступающие внутренними детерминантами культуры организации. Проводится корреляционный анализ взаимосвязи типа организационной культуры с компонентами ценностно-смысловой сферы личности работников предприятия.

Ключевые слова: организационная культура, ценности, смыслы, мотивационно-потребностная сфера личности, организационное поведение.

Изучению организационной культуры, а также степени ее влияния на деятельность различных организаций посвящены работы многих отечественных и зарубежных исследователей. В работах Т. Дила и А. Кеннеди, К.Р. Томпсона и Ф. Лутанса, Х.М. Трайса и Дж.М. Бейера, Е.Х. Шейна и других зарубежных исследователей были предложены разнообразные модели организационной культуры, выделены и проанализированы ее структурные элементы, разработаны классификации организационных культур. В отечественных исследованиях С.Г. Абрамовой, Т.Ю. Базарова, В.А. Баринаова, А.Л. Журавлева, В.А. Спивака и других авторов подробно рассмотрены вопросы о структуре и функциях корпоративной культуры, исследованы такие ее элементы, как ценности и убеждения, традиции и нормы, культура организации труда и культура управления, культура коммуникаций и духовная культура. Необходимость изучения ценностных и смысложизненных ориентаций личности, которые служат важным фактором в формировании успешной организационной культуры предприятия, на современном этапе кризиса диктует актуальность данного исследования.

Под ценностями, как правило, понимаются некие идеальные цели общества, социальных групп или личности. Кроме того, ценности представляют собой некоторую точку отсчета при оценивании тех или иных событий [1]. Ценности могут быть рассмотрены и как элементы когнитивной структуры личности, и как элементы мотивационно-потребностной сферы, т.е. ценности выполняют двойную функцию, что обусловлено, по мнению Ю.А. Шерковина, двойственным характером системы ценностей, определяемым одновременно индивидуальным и социальным опытом. А.И. Донцов, рассматривая системы ценностей, выделяет: систему самых устойчивых и обобщенных ценностных эталонов личности; систему эталонов более частных, опосредующих программу поведения индивида по отношению к окружающей действительности и себе самому в отдельных сферах его социальной деятельности — это ценностные ориентации личности; совокупность эталонов,

опосредующих в наиболее сложных случаях лишь жестко фиксированный план отдельных действий, реализующихся в строго однотипных условиях [2]. Ценности направляют действия и помыслы людей.

Проблема изучения смысложизненных ориентаций личности входит в предмет психологии и рассматривается с точки зрения необходимости смысла, его способности придавать ощущение значимости и цельности жизни человека. Изучением данной проблемы занимались такие известные ученые и исследователи, как Р. Мэй, С.Л. Рубинштейн, К.А. Маслоу, И. Ялом и др. За последние годы были рассмотрены содержательные характеристики феномена смысла жизни, возрастной, акмеологический, профессиональный, социореабилитационный аспекты проблемы. Всесторонний теоретический анализ смысловой реальности в целом, осуществленный Д.А. Леонтьевым, также касается различных аспектов проблемы смысла, форм его существования в отношениях человека с миром и в структуре личности, в сознании и деятельности. Исследования в рамках теории деятельности не отмечают содержательной модификации смысловых структур [3]. Мы ограничимся общим подходом к ценностям и смысложизненным ориентациям, который фиксирует в них элемент значимости какого-либо объекта в его взаимодействии с субъектом деятельности.

Эмпирическое исследование проводилось на производстве ОАО «АВТОВАЗ» по заказу отдела по работе с персоналом с целью выявления ценностно-смысловых особенностей организационной культуры. Использован подход Т.Ю. Базарова для выявления типа организационной культуры, методика «Экспресс-диагностика социальных ценностей» Н.П. Фетискина [4], опросник смысложизненных ориентаций Д.А. Леонтьева.

Рассмотрим основные результаты исследования.

Тип культуры в организации — смешанный с незначительным преобладанием бюрократического типа (рабочие) и партиципативного типа (мастера). Смешанный тип организационной культуры выступает мощным ресурсом, такая неопределенность говорит об открытости системы к изменениям, возможности перестановки приоритетов, изменения направления работы. В среде рабочих распространены такие явления, как низкий уровень сплоченности в коллективе, формирование отдельных коалиций, имеющих отличные от организационных цели, что, с нашей точки зрения, объясняется некоторыми особенностями ценностно-смысловой сферы этой профессиональной группы. Преобладание партиципативного типа организационной культуры в группе мастеров объясняется их принадлежностью к управляющему звену. Для этой профессиональной группы характерно решение проблем в ходе открытого взаимодействия, постоянный мониторинг проводимой работы, разделение функций и ответственности. В ходе исследования был проведен факторный анализ полученных данных, который позволил сгруппировать следующие факторы ценностей работников с учетом половой принадлежности. У мужчин первый фактор представлен профессиональными, финансовыми, социальными, семейными и интеллектуальными ценностями. Второй фактор представлен общественными, духовными и физическими ценностями. У женщин первый фактор

описывается финансовыми, семейными, социальными и общественными ценностями. Второй фактор представлен духовными и физическими ценностями. Третий фактор представлен профессиональными и интеллектуальными ценностями. Социальные ценности мужчин могут быть представлены двумя факторами (табл. 1).

Таблица 1

Факторные нагрузки социальных ценностей рабочих мужчин и женщин

Социальные ценности	Мужчины		Женщины		
	фактор 1	фактор 2	фактор 1	фактор 2	фактор 3
Профессиональные	0,735	0,256	0,469	0,012	0,506
Финансовые	0,801	0,149	0,782	0,016	0,107
Семейные	0,784	-0,076	0,737	-0,046	0,278
Социальные	0,821	0,146	0,771	0,023	0,079
Общественные	0,192	0,551	0,574	0,554	-0,120
Духовные	-0,112	0,853	-0,017	0,840	-0,002
Физические	0,332	0,755	-0,086	0,665	0,542
Интеллектуальные	0,661	0,374	0,165	0,040	0,869
Вес фактора	3,070	1,859	2,335	1,462	1,415
Дисперсия	0,383	0,232	0,291	0,182	0,176

Среди ярко выраженных социальных ценностей у рабочих выявлены следующие: профессиональные, семейные, финансовые; наименее выражены духовные ценности. Это может говорить о том, что главным мотивационным конструктом является удовлетворение своих базовых потребностей и организация быта. Далее следуют по степени значимости социально-интеллектуальные ценности — саморазвитие, образование, социальные отношения занимают в сознании рабочих чуть менее заметное место. Существенно меньший вес в структуре жизненных ценностей занимают ценности самого социума и организации как его составной части. Ценности здоровья и физического восстановления, развития, духовное самосовершенствование занимают последнее место в структуре социальных ценностей этой категории обследуемых. Распределение данных отражает реальное положение вещей в общей системе жизненных представлений, характерное для данной категории: отсутствие материальной и жилищной опоры для реализации более высоких устремлений современной рабочей молодежи, отсутствие у большинства опрошенных личностных ресурсов для реализации социальных и личных достижений. Интересы работников предприятия направлены на труд и на собственное развитие в профессии, это можно использовать при внедрении изменений в организацию производства. Как у мастеров, так и у рабочих наименее значимыми являются духовные ценности. Это может быть объяснено несколькими причинами: 1) значительное число респондентов имеет достаточно низкий образовательный уровень; 2) большинство опрошенных респондентов имеют неудовлетворительное материальное положение, а именно деньги способны удовлетворить многие духовные потребности.

В ходе исследования нами были обнаружены общие тенденции в характеристике взаимосвязи типа культуры организации и смысловых ориентаций личности; данные отвечают закону нормального распределения, $p = 0,05$ (табл. 2).

**Общие результаты корреляционного анализа показателей
смысложизненных ориентаций и типа организационной культуры (n = 300)**

Тип культуры	Смысложизненные ориентации					
	осмысл. жизни (общая)	направленность			локус контроля	
		цель	процесс	результат	Я	жизнь
Органический	0,13	0,09	0,11	0,31	0,08	0,06
Предпринимательский	-0,45	-0,48	-0,31	-0,30	-0,47	-0,30
Бюрократический	0,12	0,34	-0,28	0,35	0,16	0,18
Партиципативный	0,37	0,12	0,30	0,10	0,45	0,11

Используя представленные данные, мы можем констатировать наличие взаимосвязи между типом организационной культуры и смысложизненными ориентациями личности. Органическая культура характеризуется направленностью на общую идею, решение проблем достигается на основе исходного согласия с целями и задачами. Это люди, осознающие свое место в жизни и высоко оценивающие себя, а также свой прошлый опыт. Бюрократический тип культуры наиболее выражен в рабочей среде. Такие люди обладают навыками стратегического планирования, четко осознают цели, оценивают себя как успешных, имеют твердую убежденность в том, что человек может контролировать свою жизнь, свободно принимать решения и воплощать их, однако у таких людей отсутствует интерес к настоящему, у них низкая эмоциональная насыщенность и наполненность жизни смыслом. Для партиципативного типа культуры характерным является следующий портрет работника. Это люди, четко понимающие свое место в жизни и реализующие свой потенциал в полной мере. Оценивают себя как сильных и цельных личностей, обладают достаточной свободой выбора. Строят свою жизнь в соответствии со своими целями. Такие характеристики и помогают действовать по принципам партиципативного типа, который предполагает постоянную перепроверку работы для большего совершенства.

Таким образом, мы можем говорить о том, что взаимосвязь между ценностно-смысловым блоком личности работника и организационной культурой предприятия действительно существует. Так, выделение органического, бюрократического, партиципативного типов культур предполагает высокий общий уровень развития смысловой сферы у работников, осуществляющих данный выбор. Предпринимательский тип организационной культуры, наоборот, характеризует работников, сделавших выбор в пользу данного типа, как людей с низким общим уровнем развития смысловой сферы, не удовлетворенных своей настоящей жизнью, не способных контролировать и планировать будущие события, принимать самостоятельные решения и реализовывать их на практике.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Абрамова С.Г.* О понятии «корпоративная культура». — М., 1999.
 [2] *Донцов А.И.* О ценностных отношениях личности // Советская педагогика. — 1974. — № 5. — С. 69—70.

- [3] *Камерон К., Куинн Р.* Диагностика и изменение организационной культуры / Под ред. И.В. Андреевой. — СПб.: Питер, 2001.
- [4] *Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М.* Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. — М.: Институт психотерапии, 2002.

**INTERRELATION OF VALUE-MEANING
CHARACTERISTICS OF THE STAFF WITH THE TYPES
OF ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE PERIOD
OF CRISIS AT THE ENTERPRISE**

A.A. Studenikin

The Chair of Management Psychology
The Togliatti branch of Samara Humanitarian Academy
Industrial St., 4, Togliatti, 445000

The basic characteristics of organizational culture such as personal values and meanings acting as internal determinants of the culture of the organization are considered in the work. The correlation analysis of the interrelation of the type of organizational culture with the components of value-meaning sphere of the personality of workers of the enterprise is carried out.

Key words: organizational culture, values, meanings, motivation-need sphere of the personality, organizational behavior.