

Автор: Черенкова Д.А.
Научный руководитель: к.филос.н., Лёвкин В.Е.

ПСИХОМЕТРИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ МЕТОДИКИ ДИАГНОСТИКИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

В современных условиях развития управленческой науки актуальны результаты изучения корпоративной культуры, поскольку на их основании возможно целенаправленно воздействовать на человеческий фактор в организации – реализовывать мероприятия, направленные на улучшение качества и повышение эффективности работы внутри организации и поведения организации в обществе, что способствует повышению текущей и обеспечению перспективной конкурентоспособности организации.

В настоящей работе «корпоративная культура» понимается как сложившаяся в организации *система отношений* между сотрудниками (коллегами, подчиненными, руководством), к самой профессиональной деятельности, к организации и к роли организации в обществе (миссии) и отражается в уровне приверженности сотрудников данной компании.

Четко отстроенная и принимаемая корпоративная культура – один из главных факторов успешности организации, на её основе возможно создавать команды, способные качественно и в более короткий срок реализовывать проекты, достигать поставленных целей.

Открытая для соискателей корпоративная культура, позволяет избежать затрат, связанных с неэффективной работой и увольнением людей ошибочно избравших работу в данной организации. Организационная культура далеко не во всем и не всегда бывает явной и прописанной, поэтому возникает необходимость в ее диагностике, в том числе для решения задач приёма соискателей [1].

Важно отметить, что диагностический инструментарий зарубежных коллег нуждается в предварительной адаптации для использования в России. В частности, А.Д. Чанько производит апробацию диагностических зарубежных опросников в российской практике. В 2005 году публикуется статья, касающаяся апробации опросника OCAI [3]. В статье поднимаются вопросы, касающиеся сопоставимости результатов американских компаний с результатами российской выборки, особенностей восприятия корпоративной культуры различными категориями сотрудников российских компаний и др.

Многие ученые занимающиеся анализом корпоративной культуры задаются вопросом, в какой степени возможно использование организационных исследований, проведенных в разных странах [4].

Проблема исследования. В настоящее время одна из трудностей работы с корпоративной культурой - отсутствие валидных и адаптированных для российской выборки инструментов диагностики.

Анализ диссертаций последних десяти лет и интернет-ресурсов показал, исследование корпоративной культуры в России проводится следующими методиками: опросник OCAI, опросник Д. Денисона, опросник экспресс-диагностики корпоративной культуры, «Шкалы организационных парадигм» Л.Л. Константина. Только опросник OCAI имеет психометрическое обоснование [3]. Данных о психометрических показателях других методик не предоставлено на русском и английском языке.

Также стоит обратить внимание на тот факт, что эти методики не охватывают полностью содержание корпоративной культуры, а исследуют отдельные её части.

Так, опросник OCAI направлен на изучение процентных вкладов базовых типов культур (клановая, адхократическая, иерархическая, рыночная) в исследуемую культуру организации. Типы культур определяются на основе шкал «стабильность-гибкость», «внутренняя ориентация - внешняя ориентация» и «коллективизм-индивидуализм».

С помощью опросника Д. Денисона можно изучить корреляцию между определенными чертами организационной культуры и организационной эффективностью. Ключевые характеристики корпоративной культуры: вовлеченность, последовательность (постоянство, согласованность, логичность), приспособляемость (адаптация) и миссия. В основе модели лежит две оси: «гибкость» (гибкость — устойчивость) и «фокус» (внешний — внутренний).

Опросник экспресс-диагностики корпоративной культуры отражает показатели по следующим секциям: работа, коммуникация, управление, мотивация. Также определяется общий индекс организационной культуры (высокий, средний, низкий).

Опросник «Шкалы организационных парадигм» Л.Л. Константина содержит следующие шкалы: стиль руководства/управления, стиль коммуникаций, ориентация на изменения, индивидуальные/групповые ориентации, стиль координации (самоорганизации системы), характеристики рабочей среды, стиль решения проблем и принятия решений. С помощью опросника можно определить индексы организационных парадигм (закрытая, случайная, открытая, синхронная).

Многообразие подходов к определению корпоративной культуры, к определению содержания десятков (выделенных разными авторами) аспектов корпоративной культуры, формирует необходимость в определении основных координат семантического пространства представлений обо всем том, что включает в себя корпоративная культура, причем не только на теоретическом, но и на практическом уровне — при диагностике реальной организации.

В рамках данного исследования структуры представлений о корпоративной культуре предлагается апробация психометрического обоснования нового инструмента диагностики корпоративной культуры, который позволит решать такие диагностические задачи, которые не охватывают другие переведенные на русский язык методики.

Цели исследования

1. Выявление семантической структуры (координат семантического пространства) представлений о корпоративной культуре, на примере реальной организации.

2. Апробация нового инструмента диагностики корпоративной культуры (разработанного Лёвкиным В.Е.).

Научная новизна

1. Выявлена категориальная структура представлений о корпоративной культуре, которая может быть использована для задач интерпретации результатов и как гипотеза для обобщающих научных исследований характеристик корпоративной культуры для предприятий вообще.

2. Апробирован процедурный подход к психометрическому обоснованию диагностической психосемантической методики (Доценко Е.Л.).

3. Создан алгоритм психометрической проверки диагностической методики в виде научно-обоснованной процедуры получения психометрических показателей на примере методики диагностики корпоративной культуры В.Е. Лёвкина.

Практическая значимость заключается в том, что апробированный и улучшенный инструмент диагностики корпоративной культуры может быть использован психологами с целью повышения эффективности системы отношений между сотрудниками, к профессиональной деятельности, к организации. Сферой применения является первичная диагностика корпоративной культуры, разработка мероприятий по её оптимизации и развитию, формирование техзаданий для организационного психолога, в т.ч. для работы в режиме тренинга.

Этапы апробации новой методики диагностики корпоративной культуры

1. Экспертная оценка составленных ранее (на основе теоретического анализа и обобщения коллективного организационно-психологического опыта) вопросов методики на предмет релевантности, соответствия изучаемому феномену (корпоративной культуре), сбор предложений по улучшению качества вопросов методики.

В экспертной оценке вопросов методики приняли участие 13 организационных психологов имеющих практический многолетний опыт работы с корпоративной культурой. Работа с экспертами проводилась в два этапа.

Первый этап предполагал заполнение экспертами бланка экспертной оценки, где нужно было оценить каждый вопрос предложенной методики диагностики корпоративной культуры на соответствие вопросов содержанию теоретических конструктов, заложенных в вопросы при построении методики.

Оценки экспертов обрабатывались в Microsoft Office Excel 2007. По результатам подсчёта среднего арифметического оценки каждого вопроса и благодаря собранным комментариям и предложениям экспертов по низко оцененным вопросам (1-3 балла) были изменены формулировки 16 вопросов.

2. Первичная диагностика корпоративной культуры организации с помощью скорректированной методики.

Сбор данных осуществлялся в период с 21 по 25 мая 2013 г. Перед заполнением методики испытуемым давалась следующая инструкция:

«Я предлагаю вам заполнить методику, которая позволит изучить корпоративную культуру вашей организации и на основании этого провести мероприятия по улучшению условий и качества работы. Методика содержит 33 утверждения, каждый из которых нужно оценить от 1 до 7 баллов по степени выраженности данного аспекта в вашей организации, где 1 – аспект совсем не присутствует, 7 – аспект выражен на максимальном уровне. Ваши контактные данные нужны для того, чтобы я могла провести с вами интервью после заполнения методики. Интерпретация результатов будет проводиться по организации в целом, данные каждого отдельно интерпретироваться не будут, т.е. конфиденциальность ваших личных ответов обеспечена».

Результатом данного этапа выступила матрица ответов испытуемых, использование которой позволило выделить факторы методики.

3. Анализ факторной структуры полученных результатов первичной диагностики с целью определения основных смысловых блоков (выявленных факторов) для обеспечения корректного структурирования последующей интерпретации результатов диагностики корпоративной культуры. Результатом данного этапа являются пять названных факторов методики и списки групп респондентов для проведения интервью по каждому фактору.

4. Повторная диагностика корпоративной культуры организации для целей моделирования проверки надежности методики; создание отчета и рекомендаций для тестируемой организации – по результатам диагностики. Сбор данных осуществлялся 20-21 июня 2013 г.

5. Индивидуальное интервью респондентов с целью реконструкции содержания факторов исходя из наименований факторов – сбор материала для контент-анализа направленного на проверку точности формулировок факторов.

6. Контент-анализ результатов интервью с целью определения степени соответствия выделенных нами смысловых блоков (обозначенных наименованиями факторов) тому содержанию (представлениям респондентов), которое эти смысловые блоки призваны обобщать.

По результатам факторного анализа были составлены вопросы для интервью по каждому фактору. Проведение интервью осуществлялось 24-27 июня 2013 г. На данном этапе в исследование приняли участие 44 респондента (сотрудники одного и того же трудового коллектива). Интервью с сотрудниками проводилось в дневное время суток, при личной встрече на рабочем месте респондентов. С согласия сотрудников осуществлялась запись на диктофон.

Для проведения интервью респонденты были разделены на группы. Критерием разделения послужила нагрузка испытуемых по каждому фактору. В каждую из пяти групп попали респонденты с факторной нагрузкой более 0,7.

Распределение респондентов на группы сделано с целью получения более структурированных представлений по вопросам, отнесенным к каждому фактору,

т.к. чем выше факторная нагрузка, тем больше человек осведомлен в данной области.

Результатом данного этапа является собранный тезаурус сотрудников по отдельным аспектам корпоративной культуры. Обработка результатов интервью методом категориального контент-анализа позволяет соотнести массив реакций испытуемых с содержанием вопросов методики диагностики корпоративной культуры по каждому фактору и оценить наличие или отсутствие различий между двумя наблюдениями.

В исследовании приняли участие 58 сотрудников различных структурных подразделений организации (сфера деятельности: проектный институт нефтегазодобывающей отрасли).

Результаты факторного анализа методики

Факторная структура методики отличается наличием одного крупного фактора и четырёх «ситуативных». Полученные нами факторы являются униполярными.

Первый фактор (31,72%) является наиболее значимым в факторной структуре методики. Дескрипторы по данному фактору, описывают такие характеристики корпоративной культуры, как: «уважение к личности», «доверие и забота о сотрудниках», «ожидание инициатив и результатов», «личную ответственность сотрудников за общий результат», «справедливую систему мотивации» и т.д. На основании этого данный фактор был назван *«Доверие к сотрудникам, их поддержка и развитие»*.

Второй фактор (9,43%) описывает следующие характеристики корпоративной культуры организации: «корректное поведение и общение», «чуткость и заботливость сотрудников», «исправление ошибок, основанное на чувстве ответственности», «принятие правил организации», «умение разделять разные виды общения», «настрой работать на результат», «доверие к знаниям и квалификации сотрудников», «конструктивное реагирование на неадекватную критику и некорректное поведение». Данный фактор назван *«Общий настрой на конструктивный результат»*.

Третий фактор (7,57%) описывает особенности обмена информацией и знаниями между сотрудниками организации. В дескрипторах по данному фактору можно выделить категории: «обмен информацией», «доступ к информации», «рассмотрение и внедрение инноваций», «база знаний организации», «поиск способов решения профессиональных задач». В соответствии с этим фактор назван *«Обмен информацией и знаниями»*.

Четвёртый фактор (6,28%) описывает особенности производственного процесса организации: «направленность бизнес-процессов на создание полезного результата», «уровень автоматизации и технологий», «документооборот», «уровень обеспечения работника», «прозрачность значимых решений» и т.д. Фактор назван *«Обеспеченность производственного процесса»*.

Дескрипторы пятого фактора (5,06%) описывают особенности управления руководящего состава организации: «разделение разных видов общения», «управ-

ление на основе знаний», «готовые решения и ответы от руководства». Данный фактор назван «Адекватность руководства».

Результаты контент-анализа интервью

Категория 1 «Доверие к сотрудникам их поддержка и развитие». Респонденты имеют представление по следующим подкатегориям, «доверие и забота», «ожидание инициатив и результатов», «личная ответственность за общий результат», «справедливая система мотивации», «цели и ценности», «организационный климат», «система обучения», «обеспечение возможностей профессионально-личностного роста сотрудников».

Оказались не наполненными семантическими единицами подкатегории «уважение к личности», «система обратной связи», «приверженность сотрудников», «концентрация на возможностях», «использование творческого потенциала сотрудников», «защищенность организации», «вовлечение сотрудников в процесс принятия решений».

Категория 2 «Общий настрой на конструктивный результат». В представлениях респондентов отражены следующие подкатегории: «этика и этикет, корректное поведение и общение», «чуткость и заботливость сотрудников», «исправление ошибок, основанное на чувстве ответственности», «лояльность сотрудников», «умение разделять разные виды общения», «настрой работать на результат», «конструктивное реагирование на неадекватную критику и некорректное поведение».

Не получила семантического наполнения подкатегория «доверие к знаниям и квалификации».

Категория 3 «Обмен информацией и знаниями». Выявлены семантические единицы в подкатегориях «обмен информацией», «доступ к информации», «рассмотрение и внедрение инноваций», «база знаний».

Семантических единиц в подкатегориях «поиск способов решений профессиональных задач» и «конструктивное реагирование на критику» не выявлено.

Категория 4 «Обеспеченность производственного процесса». Респонденты отразили в интервью подкатегории «уровень автоматизации и технологий», «документооборот», «прозрачность значимых решений», «уверенное руководство организацией», «вовлеченность сотрудников в производственный процесс», «система повышения квалификации».

Не получили семантического наполнения подкатегории «направленность бизнес-процессов на создание полезного результата», «видение текущих действий через главные цели и ценности».

Категория 5 «Адекватность руководства». В представлениях респондентов отражены подкатегории «руководство разделяет разные виды общения» и «готовые ответы и решения».

Подкатегория «управление на основе знаний» не отражена в представлениях респондентов по данной категории, что может свидетельствовать о несформированности этой ценности в корпоративной культуре организации.

Также выделилась подкатегория, которая не была изначально заложена в методику, но в ответах респондентов обладает высокой частотой встречаемости: «отношение руководства к постановке задач». Можно предположить, что эта тема также является значимой в рамках изучения аспекта корпоративной культуры связанного с руководством организации.

Таким образом, можно отметить, что часть категорий является четкими и осознаваемыми в представлениях респондентов и совпадает с категориями апробируемого нами инструмента диагностики корпоративной культуры.

Подкатегории, не получившие семантической нагрузки по результатам интервью, могут являться неосознаваемыми и характеризовать общий уровень развития корпоративной культуры организации.

Результаты сравнения факторов и категорий контент-анализа

Для сравнения содержания факторов методики и результатов контент-анализа использовался U-критерий Манна-Уитни. Этот критерий выбран, поскольку объем каждой из групп не превышает 60 наблюдений, но значительно больше трёх, что является минимальным условием для использования этого критерия. Подсчет U-критерия Манна-Уитни позволяет определить, насколько велика область пересечения значений по какому-либо количественно выраженному признаку в двух наблюдениях, насколько их различие обладает статистической значимостью.

Первое наблюдение – нагрузки по дескрипторам внутри каждого фактора.

Второе наблюдение – частоты семантических единиц контент-анализа.

Статистические гипотезы:

H0: Нет различий между нагрузками по дескрипторам внутри каждого фактора и частотами семантических единиц контент-анализа.

H1: Есть различия между нагрузками по дескрипторам внутри каждого фактора и частотами семантических единиц контент-анализа.

Критерий был подсчитан в программе STATISTICA 8.0.

Согласно полученным данным по расчету U-критерия Манна-Уитни можно сделать вывод, что по факторам «доверие к сотрудникам, их поддержка и развитие», «общий настрой на конструктивный результат», «обеспеченность производственного процесса», «адекватность руководства» нет достоверных различий с семантическими единицами контент-анализа. Это значит, что вопросы методики в достаточной мере отражают представления сотрудников о корпоративной культуре по каждому из этих факторов.

Фактор 3 «Обмен информацией и знаниями» имеет достоверные различия с содержанием подкатегорий контент-анализа индивидуальных интервью. Это может означать (гипотеза), что либо вопросы методики по данному фактору нуждаются в доработке, чтобы максимально полно охватывать изучаемую область, либо фактор назван неудачно (название не отражает сути феномена), либо квалификации респондентов не хватило на то, чтобы реконструировать содержание фактора исходя из его названия (что может являться значимым результатом для

целей диагностики конкретного коллектива). Чтобы проверить данную гипотезу необходимо провести исследование на нескольких предприятиях разных отраслей, что может позволить также автоматизировать интерпретацию результатов по факторам в случае совпадения факторных структур между предприятиями.

Выводы. Сформулированная нами гипотеза о наличии общей категориальной структуры представлений о корпоративной культуре подтверждена. Цели работы, заключающиеся в выявлении семантической структуры представлений респондентов о корпоративной культуре и апробация нового инструмента диагностики корпоративной культуры были достигнуты. Категории методики, содержащиеся в факторах «доверие к сотрудникам, их поддержка и развитие», «общий настрой на конструктивный результат», «обеспеченность производственного процесса» и «адекватность руководства» не имеют значимых различий с содержанием массива реакций респондентов, а, значит, отражают корпоративную культуру по данным аспектам. По фактору «обмен информацией и знаниями» обнаружены значимые различия с массивом реакций респондентов.

Полученные в рамках данной работы результаты могут быть полезны в качестве примера алгоритма проверки психосемантических диагностических методик, а также психологам и другим специалистам, занимающимся диагностикой корпоративной культуры и ее изменениями. Скорректированная методика компьютеризована В.Е. Лёвкиным, описание и триал-версия программы доступны на сайте автора www.orgpsiholog.ru.

По результатам диагностики для изучаемой организации был подготовлен отчет, в котором отмечены ресурсные и конфликтогенные аспекты корпоративной культуры, даны рекомендации по ее преобразованию, сформулирован проект технического задания для организационного психолога, получена справка о внедрении.

Литература

1. Дёмин Д.В. Корпоративная культура: десять самых распространённых заблуждений. - М.: Альпина Паблишерз, 2010. - 138 с.
2. Камерон Ким С., Куинн Роберт Э. Диагностика и изменение организационной культуры. - СПб: Питер, 2001. — 320 с.
3. Чанько А.Д. Опыт диагностики организационной культуры российских компаний. - Российский журнал менеджмента, том 3, №4, 2005. - с.29-54
4. Deal T., Kennedy A. Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Organizational Life. Reading. Mass: Addison-Wesley, 1982.