

из поколения в поколение. К такому искусству человек приобщался с детства. У казахов можно поучиться высокому уровню эстетического воспитания в семье, причем об этом не говорили и не изводили тонны бумаги, чтобы доказать важность этого дела. В семье ремесленника, как правило, вся семья помогала отцу или матери. Детей с раннего возраста посвящали в тайны гончарного, стеклодувного, ювелирного ремесла, коврового производства.

В казахской семье ремесло и различные виды НПИ играли роль средств эстетического воспитания и пополнения достатка семьи. В настоящее время, когда народным прикладным искусством занимаются, в основном, художники-профессионалы и народные мастера, искусство перестало быть для большей части населения средством заработка и эстетического воспитания. К сожалению, не каждый ребенок способен сразу оценить красоту народного прикладного искусства. Поэтому одна из главных задач, стоящих перед школой – с раннего возраста вводить детей в мир прекрасного, в мир подлинного большого искусства, развивая и образовывая их эстетическое сознание на лучших образцах народного творчества. [87, с.51]

В настоящее время, когда все острее встает национальный вопрос, возникает необходимость изучения культурного наследия народов нашей страны, их многовековых традиций и обычаев, обладающих огромным воспитательным потенциалом, способствующих укреплению нравственности и духовности подрастающего поколения. А.Калыбекова отмечает: «В условиях роста национального самосознания, возрождения культурных и духовных традиций, языка возникает необходимость основательного, более глубокого знакомства школьников с духовными ценностями своего народа, с его национальной культурой, обычаями и традициями, т.е. скрепляющим элементом должна быть духовная связь между прошлым, настоящим и будущим, ее носителями являются – образование, учителя, традиции». [3]

Таким образом, искусство, развивавшееся в Казахстане в течение нескольких веков, является одним из истоков художественной культуры казахского народа. Казахское искусство унаследовало многие традиции художественной культуры скотоводческих племен и сохранило их, переработав и обогатив новыми мотивами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Серебряков Ю.А., Серебрякова А.С. Роль национальной культуры в формировании эстетического отношения молодежи к искусству // Формирование эстетического отношения к искусству: в 6 т. – М.: АПН СССР, 1991. – Т2, Научно-педагогические основы формирования эстетического отношения к искусству / Отв. ред. и сост. В.Г.Бутенко. – М.: АПН СССР. 1991. – С.192.
2. Неменский Б.М. Мудрость красоты: о проблемах эстетического воспитания: книга для учителя. – 2 издание перераб. и доп. – М.: Просвещение, 1987. – С.156.
3. Калыбекова А. Теоретические и прикладные основы народной педагогики. – Алматы, 2005. - С. 5, 8, 99, 148, 149,
4. Абылхан Кастеев. Альбом репродукций. / Сост. Л.Г.Плахотная. – Алма-Ата: Жалын, 1978. – С.9,10.
5. Графика Казахской ССР / Сост. Н.Б.Нурмухаммедов. – Алма-Ата: Жалын, 1978. – С. 3-16.

ПРОБЛЕМЫ ИЗМЕРЕНИЯ ВЛИЯНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

д. социол. н., профессор Михайлева Е.

Украина, Харьковский гуманитарный университет «Народная украинская академия»

Вопросы корпоративной культуры всегда являлись достаточно актуальными и популярными в социальных исследованиях, начиная со второй половины XX века. Такой интерес обусловлен тем, что развитие организаций, их успех на рынках стал все больше ощущаться не только благодаря материальным ресурсам, но и некоторым элементам нематериального плана, которые порой являются лишь тонко уловимыми в организации.

Естественно, в условиях высокой динамики современного экономического и социального пространства организации оказываются перед необходимостью поиска таких управленческих стратегий, которые бы позволяли максимально быстро реагировать на изменения внешней среды,

используя весь ресурсный потенциал. В подобных условиях привычные практики управления оказываются недостаточно эффективными, что приводит к актуализации других факторов, которые, трансформируясь в систему корпоративных ценностей, могут составить весомое конкурентное преимущество любой компании и повлиять на эффективность ее деятельности.

В настоящее время накоплен большой теоретический и практический опыт научного исследования процессов формирования, поддержания, преобразования корпоративной культуры в организациях. Разработке различных аспектов корпоративной культуры посвятили свои труды Х. Хофстеде, Р. Куинн, Э. Шейн. В отечественной науке вопросы корпоративной культуры изучают В. Спивак, О. Родин, Я. Слабко, Е. Черных, С. Румянцева и другие. В их теоретических размышлениях особое внимание уделяется ключевым характеристикам корпоративной культуры, факторам и механизмам ее формирования. Вопросы эффективности организации изучены в работах Р. Линча, К. Кросса, Д. Нортона, Р. Каплана, Г. Савицкой, А. Шеремета. Они обращают внимание на то, что в вопросах разработки методик и выделения системы показателей экономической эффективности большое значение имеет выбор методов и приемов анализа.

Влиянию корпоративной культуры на эффективность деятельности организации посвящены исследования Д. Мейстера. Однако динамика современных изменений определяет необходимость дальнейшего исследования корпоративной культуры и ее влияния на деятельность организации. Прежде всего, актуальным становится решение методических вопросов измерения данного влияния.

Для достижения такой цели рассмотрим существующие подходы к измерению культуры организации.

Измерение культуры организации рассматривается как ее диагностика. Целью диагностики корпоративной культуры является систематическая интерпретация существующих культурных симптомов с помощью определенных инструментов, а результатом – визуализация существующей корпоративной культуры.

Анализ литературы показывает, что есть два основных подхода к проблеме диагностики и измерения корпоративной культуры [6]:

1. Идеографический («понимающий», «интерпретативный»), в основе которого лежит использование качественных методов, в том числе традиционный анализ документов организации, включенное монографическое наблюдение (исследование), глубинные интервью. С помощью качественных методов в рассматриваемой организации можно изучить следующие аспекты корпоративной культуры: устный фольклор; сложившиеся в организации правила, традиции, церемонии и ритуалы; различные документы, определяющие жизнедеятельность организации; сложившуюся практику управления.

2. Формализованный (количественный), характеризующийся использованием различных стандартизированных опросных методик. Среди формализованных методов можно выделить: социологические исследования (анкетирование, интервью); а также различные авторские концепции квантификации корпоративной культуры: измерение К. Камерона и Р. Куинна; концепцию Г. Ховштеде; измерения Э. Шейна; модель Д. Денисона.

Данные подходы отражают общий потенциал социологического познания, и, на наш взгляд, могут использоваться в разных концептуальных подходах к изучению данного феномена. Однако, как и в социологии в целом, вопросы измерения взаимосвязи чаще касаются формализованных инструментов.

К. Камерон и Р. Куинн также дают классификацию подходов к измерению организационной культуры. Они определили три основополагающих методологических подхода [3]:

1. Холистический подход. При этом подходе исследователь погружается в культуру и действует как глубоко сопричастный сотрудник, пытается стать полноценным членом организации, быть составной частью «ядра» организации.

2. Метафорический подход – исследователь использует образцы документов, отчетности, бытующих рассказов и бесед, фирменных анекдотов и легенд. Исследователь здесь становится сопричастным наблюдателем.

3. Количественный подход. При этом подходе исследователь пользуется вопросниками и/или проводит собеседования для оценки конкретных проявлений культуры. По сути, он выступает в роли официального социолога и психолога.

Данная классификация также отражает уже определенную нами выше дихотомию между качественным и количественным подходом к изучению корпоративной культуры.

Таким образом, первый вывод, который видится нам важным для решения вопросов измерения взаимосвязи корпоративной культуры и эффективности организации – приоритетность количественного подхода.

Второй аспект, который становится важным, - использование каких шкал будет наиболее целесообразно в данном процессе. Для рассмотрения этого ракурса остановимся на некоторых измерениях корпоративной культуры, которые являются достаточно известными и популярными. Например, теория Г. Хофстеде основана на идее о том, что ценность может быть распределена по нескольким измерениям культуры [9]. К основным измерениям относятся:

- власть (равенство против неравенства);
- коллективизм (против индивидуализма);
- избегание неопределенности (против толерантности к неопределенности);
- «мужской» тип (против «женского»);
- стратегическое мышление (против краткосрочного);
- потворство своим желаниям (против сдержанности).

Прежде всего, ученым был определен индекс дистанцированности от власти. По Г. Хофстеде «дистанцированность от власти – это степень, с которой наделенные относительно меньшей властью члены организаций и институтов (например, семьи) ожидают и допускают неравномерность распределения власти» [9]. Это измерение не характеризует уровень распределения власти в данной культуре, а, скорее, анализирует его восприятие обществом. Низкий индекс дистанцированности от власти означает, что культура ожидает и принимает демократические отношения с властью, а члены общества рассматриваются как равные. Высокий индекс дистанцированности от власти означает, что наделенные меньшей властью члены общества принимают свое место и осознают существование формальных иерархических структур.

Еще один показатель – индивидуализм и коллективизм. Это измерение не имеет отношения к политике и касается больше групп, чем отдельных лиц. Культуры, для которых свойственен индивидуализм, придают большее значение достижению личных целей. В обществах, для которых характерен коллективизм, общественные цели и благосостояние ставятся выше личных.

Автор также акцентирует внимание на индексе избегания неопределенности. Это измерение характеризует реакцию общества на незнакомые ситуации, непредвиденные события и давление перемен. Культуры, для которых этот индекс высок, менее терпимы к изменениям и стремятся избегать беспокойства, которое несет в себе неизвестность, путем установления строгих правил, нормативов и/или законов. Общества с низким индексом более открыты к изменениям и используют меньше правил и законов, а их обычаи имеют менее строгий характер.

Следующий показатель – «мужской» и «женский» тип. Это измерение характеризует уровень важности традиционно мужских ценностей, таких как напористость, амбиции, стремление к власти и материализм, и традиционно женских ценностей, таких как человеческие отношения, для культуры. Культуры с более выраженным «мужским» типом обычно характеризуются более четкими различиями между полами и склонны к соперничеству и достижению целей. Меньший индекс в этом измерении означает, что для культуры характерны менее существенные различия между полами и более высокая ценность взаимоотношений.

Следующий индекс в изучении данного вопроса – краткосрочная и долгосрочная ориентация на будущее. Это измерение описывает временной горизонт общества. Культуры, ориентированные на краткосрочный период, ценят традиционные методы, уделяют много времени развитию отношений и в целом рассматривают время как замкнутый круг. Это означает, что будущее и прошлое для них связано между собой, и то, что не может быть сделано сегодня, может быть сделано завтра. Противоположностью такого подхода является долгосрочная ориентация на будущее, при которой время рассматривается как вектор, а люди склонны смотреть в будущее больше, чем интересоваться настоящим или вспоминать прошлое. Такое общество ориентировано на достижение целей и высоко ценит результаты.

Неотъемлемым компонентом данной методики является индекс «потворство своим желаниям и сдержанность». Это измерение характеризует способность культуры удовлетворять сиюминутные потребности и личные желания членов общества. В обществах, где сдержанность является ценностью, преобладают строгие социальные правила и нормы, в рамках которых удовлетворения личных желаний сдерживаются и не поощряются.

Таким образом, Г. Хофстеде подчеркивает, что измерения культур являются лишь основой, помогающей оценить конкретную культуру для облегчения принятия решений. Большую часть сведений о мировых культурных ценностях Г. Хофстеде получил из опросов, проведенных компанией IBM, американской технологической и консультационной корпорацией.

По мнению Э. Шейна, для диагностики организации недостаточно простого описания ее структуры, коммуникации, норм и ценностей. Он предложил провести измерение корпоративной культуры путем изучения истории организации, проследить, какими методами она справлялась с проблемами внешней адаптации и внутренней интеграции. При этом он считает, что реальную корпоративную культуру компании невозможно описать только формализованными методами. Для

него вскрытие организационной парадигмы – это совместное с членами организации исследование через повторяющиеся индивидуальные и групповые интервью [8]

Модель организационной культуры Д. Дэнисона [7] дала возможность, по мнению некоторых авторов, осуществить переход от неосязаемых, почти изотерических категорий к реальным и измеряемым параметрам. В этой модели рассматриваются такие черты культуры, как: приспособляемость, миссия, последовательность и вовлеченность. Исходя из такого подхода, организационную культуру можно представить в виде круга, в котором горизонтальный разрез делит организационные параметры на внутренний фокус (нижняя часть) и внешний фокус (верхняя часть). Вовлеченность и постоянство характеризуют внутренние процессы в организации, а адаптивность и миссия – внешние. Вертикальный разрез проводит черту между гибкой организацией (левая половина) и стабильной организацией (правая половина). Вовлеченность и адаптивность имеют определяющее значение для организационной гибкости и изменений, напротив, согласованность (постоянство) определяют способность организации к стабильности и управляемости.

Преимуществом данной модели является то, что автором были проведены исследования по измерению взаимосвязи параметров корпоративной культуры и организационной эффективности. Так, в ходе многочисленных эконометрических исследований Д. Дэнисоном были изучены определенные индикаторы функционирования предприятия: ROA (отдача от активов), ROI (отдача от инвестиций), ROS (отдача от продаж), развитие продукта, доля рынка, качество продукта, инновационность и удовлетворенность работников. Он обнаружил, что почти все корреляции между чертами организационной культуры и различными измерителями организационной эффективности были значимы. Все четыре черты организационной культуры положительно связаны с ROI, но в разной степени связаны с другими измерителями эффективности.

Миссия и последовательность (стабильность) в большей степени влияют на финансовые показатели, такие как ROA, ROI и ROS. Когда значения индексов миссии и последовательности попадают между третьим и четвертым квартилями (выше 75%), то это указывает на высокую отдачу от инвестиций, активов и продаж, а также на операционную силу организации. Последовательность и вовлеченность (внутренний фокус) влияют на качество, удовлетворенность работников и отдачу от инвестиций. Значения индексов данных параметров выше 75% означают высокий уровень качества продукта, меньший процент брака и переделывания, правильное распределение ресурсов и более высокий уровень удовлетворенности работников. Вовлеченность и приспособляемость (гибкость) оказывают воздействие на развитие продукта и инновации. Значения индексов данных параметров выше 75% означают высокий уровень инноваций в производстве и сервисе, креативность, быстрое реагирование на изменяющиеся желания и потребности как клиентов, так и собственных наемных рабочих. Приспособляемость и миссия (внешний фокус) влияют на доходы, рост продаж и долю рынка. Когда значения индексов данных параметров оказываются выше 75%, то в организации с большой вероятностью наблюдается постоянный рост продаж и доли рынка [2, с.105-109].

Автор отмечает, что хотя регрессионные характеристики показывают, что все четыре черты организационной культуры оказывают положительное воздействие на деятельность организации, на первый взгляд некоторые из них могут противоречить друг другу. Например, культуры с высокой степенью согласованности могут стать настолько «врожденными», что их станет трудно изменить. Напротив, высокоадаптивные культуры могут испытывать сложности в достижении высоких профессиональных результатов и обретении общего видения цели организации, что легко достигается в сильно интегрированных, согласованных культурах. Аналогичным образом миссия и вовлеченность могут войти в противоречие друг с другом. Значение и направление, установленные миссией организации, могут ограничивать вовлеченность в общее дело некоторых членов организации. Как обнаружилось во многих исследованных организациях, простое декларирование новой миссии фирмы не обязательно влечет за собой поддержку и приверженность всех членов организации. Точно так же высокая вовлеченность сотрудников в производственный процесс не всегда означает четкое понимание работниками цели организации и направления ее движения [2, с.111].

Таким образом, исследование Д. Дэнисона продемонстрировало, что культура эффективной организации должна в высокой степени обладать всеми этими характерными чертами. Организация, скорее всего, успешна, если она обладает высокой адаптивностью, внутренне согласована и предсказуема, что, в свою очередь, благоприятствует высокой вовлеченности работников в функционирование предприятия, но при этом остается в рамках разделяемого всеми сотрудниками понимания миссии организации.

Культурные аспекты все чаще стали рассматриваться как важное средство, с помощью которого предприятия могут обеспечить себе стабильность и процветание и оставаться конкурентоспособными даже в период кризиса. Еще Т. Питерс и Р. Уотерман [5] обнаружили в своих исследованиях связь между культурой и успехом в работе предприятия, описав

управленческую практику успешных фирм и обнаружив ряд верований и ценностей культуры, которые привели предприятия к успеху.

В общем виде связь между культурой и результатами деятельности предприятия были представлены и в модели американского социолога Т. Парсонса. Данная идея была развита и конкретизирована Р. Квин и Дж. Рорбахом в их модели «Конкурирующие ценности и организационная эффективность», что объясняет влияние тех или иных ценностей на эффективность деятельности предприятия. Как отмечают ученые, «для разработчиков корпоративной культуры трудным является поиск доказательств того, что эффективная корпоративная культура приведет к росту экономических показателей. Отсутствие четких методик расчета эффективности от предложенных мероприятий и затрат на их осуществление и является тем фактором, осложняющим сознательное формирование корпоративной культуры и понимания того, что при одной и той же достигнутой качества затраты рабочей силы, оборудования, материалов, энергии и т. д. могут быть самыми разнообразными. Уровень этих расходов в итоге и будет характеризовать эффективность производства» [1].

Первые исследования взаимосвязи корпоративной культуры и эффективности принадлежат американскому ученому Д. Мейстеру. Ему удалось оценить взаимосвязь: «корпоративная культура – доходность предприятия». Д. Мейстер выделил элементы корпоративной культуры, которые определяют финансовую успешность компании: самосовершенствование; лидерство психологический климат в коллективе; высокие стандарты, под которыми он понимал личностные качества сотрудников, их лояльность, высокую производительность; ориентацию на долгосрочные цели; делегирования полномочий; справедливое вознаграждение; удовлетворенность сотрудников [4].

Для характеристики финансовой успешности Д. Мейстер ввел интегральный показатель, состоящий из следующих составляющих: прибыли, приходящейся на одного работника; рост выручки за последние два года; рост прибыли за последние два года; рентабельность продаж. Мейстер Д. рассчитал вес составляющих показателя финансовой эффективности с использованием статистики г-квадрат, исследовав деятельность 139 фирм, на которых работают 5589 человек:

рост прибыли ЗП = 0,81;

прибыль на одного работника П / П = 0,53;

рост выручки Р / В = 0,27;

рентабельность продаж РПР = 0,24.

Данные демонстрируют долю одной переменной, которая может быть «объяснена» или за которое «отвечает» изменение другой переменной. С финансовым показателем сильно коррелирует рост прибыли и прибыль на одного работника. Эти два параметра имеют большее влияние на формирование общего значения показателя финансовой эффективности, чем параметр роста выручки за два года и рентабельность.

Однако все они демонстрируют статистическую связь со значением показателя финансовой эффективности. Эта статистика показывает, что показатель финансовой эффективности объединяет все четыре параметра, которые в разной степени влияют на него.

В целом, различные методические подходы к измерению корпоративной культуры организации дали основу для изучения уровня развития корпоративной культуры в конкретной организации в зависимости от ее особенностей. Исследование теоретической и методологической базы показало, что измерение взаимосвязи корпоративной культуры и эффективности организации на эмпирическом уровне остается малоисследованной зоной, в частности для отечественных организаций. Поэтому необходимо продолжить изучение методических разработок и дополнить ее социологическим измерением.

Для решения этой задачи мы предлагаем измерять влияние корпоративной культуры на эффективность деятельности организации с использованием таких параметров:

- Вес каждого компонента корпоративной культуры в корпоративной культуре в целом (А);
- Значение компонентов корпоративной культуры в организации на конкретный момент времени (В)
- Вес каждого компонента эффективности организации в ее общей эффективности (D)
- Значение компонентов эффективности организации на конкретный момент времени (Е)
- Показатель влияния каждого из компонентов корпоративной культуры на каждый компонент экономической эффективности (С).

В итоге, мы имеем пять матриц, параметры которых могут меняться во времени, хотя экспертные оценки А и В могут рассматриваться как константные коэффициенты, потому что они предоставлены не по конкретной организации, а вообще для феноменов корпоративной культуры и эффективности организации.

Таблица 1.

A	B	C	D	E
a1	b1	c ₁₁ , c ₁₂ c ₁₃ c ₁₄ c ₁₅ c ₁₆ c ₁₇ c ₁₈ c ₁₉	d1	e1
a2	b2	c ₂₁ , c ₂₂ c ₂₃ c ₂₄ c ₂₅ c ₂₆ c ₂₇ c ₂₈ c ₂₉	d2	e2
a33	b33	c ₃₁ , c ₃₂ c ₃₃ c ₃₄ c ₃₅ c ₃₆ c ₃₇ c ₃₈ c ₃₉	d33	e33
a4	b4	c ₄₁ , c ₄₂ c ₄₃ c ₄₄ c ₄₅ c ₄₆ c ₄₇ c ₄₈ c ₄₉	d4	e4
a5	b5	c ₅₁ , c ₅₂ c ₅₃ c ₅₄ c ₅₅ c ₅₆ c ₅₇ c ₅₈ c ₅₉	d5	e5
a6	b6	c ₆₁ , c ₆₂ c ₆₃ c ₆₄ c ₆₅ c ₆₆ c ₆₇ c ₆₈ c ₆₉	d6	e6
a7	b7	c ₇₁ , c ₇₂ c ₇₃ c ₇₄ c ₇₅ c ₇₆ c ₇₇ c ₇₈ c ₇₉	d7	e7
a8	b8	c ₈₁ , c ₈₂ c ₈₃ c ₈₄ c ₈₅ c ₈₆ c ₈₇ c ₈₈ c ₈₉	d8	e8
a9	b9	c ₉₁ , c ₉₂ c ₉₃ c ₉₄ c ₉₅ c ₉₆ c ₉₇ c ₉₈ c ₉₉	d9	e9
a10	b10	c ₁₀₁ , c ₁₀₂ c ₁₀₃ c ₁₀₄ c ₁₀₅ c ₁₀₆ c ₁₀₇ c ₁₀₈ c ₁₀₉	-	-

Формула же, по которой можно осуществлять измерение влияния корпоративной культуры на эффективность организации, имеет следующий вид:

$$\begin{aligned}
 & a_1 b_1 c_{11} d_1 e_1 + a_1 b_1 c_{12} d_2 e_2 + \dots + a_1 b_1 c_{19} d_9 e_9 + a_2 b_2 c_{21} d_1 e_1 + a_2 b_2 c_{22} d_2 e_2 + \dots + a_2 b_2 c_{29} d_9 e_9 + \dots \\
 & + a_{10} b_{10} c_{10,1} d_1 e_1 + a_{10} b_{10} c_{10,2} d_2 e_2 + \dots + a_{10} b_{10} c_{10,9} d_9 e_9 = a_1 b_1 (c_{11} d_1 e_1 + c_{12} d_2 e_2 + \dots + c_{19} d_9 e_9) + \\
 & + a_2 b_2 (c_{21} d_1 e_1 + c_{22} d_2 e_2 + \dots + c_{29} d_9 e_9) + \dots + a_{10} b_{10} (c_{10,1} d_1 e_1 + c_{10,2} d_2 e_2 + \dots + c_{10,9} d_9 e_9) = \\
 & = a_1 b_1 \sum_{j=1}^9 c_{1,j} d_j e_j + a_2 b_2 \sum_{j=1}^9 c_{2,j} d_j e_j + \dots + a_{10} b_{10} \sum_{j=1}^9 c_{10,j} d_j e_j = \sum_{i=1}^{10} \left(a_i b_i \sum_{j=1}^9 c_{i,j} d_j e_j \right)
 \end{aligned}$$

где:

A – Компоненты корпоративной культуры:

a1 – внешние атрибуты, (логотип, здания, цвета), внешний вид.

a2 – привычки и традиции, символы, ритуалы, церемонии.

a3 – структурированность времени и пространства.

a4 – взаимоотношения между людьми.

a5 – ценности.

a6 – нормы.

a7 – трудовая этика и мотивирование.

a8 – коммуникативная система и язык общения.

a9 – легенды, мифы, герои.

a10 – миссия организации.

B – оценка степени развитости этих же компонентов корпоративной культуры в конкретной организации (в 1-в10).

D – Компоненты эффективности организации

d1 – достижение поставленной цели

d2 – оптимальное использование внешней среды

d3 – минимизация затрат и трудовых затрат

d4 – удовлетворенность персоналом своей трудовой деятельностью

d5 – удовлетворенность клиентов (потребителей)

d6 – качество и количество

d7 – активность персонала, его развитие

d8 – стабильность организации, ее структуры и кадрового состава

d9 – рентабельность

E – оценка степени разовью тосте этих же компонентов эффективности в конкретной организации (e1-e10).

C – Влияние каждого элемента корпоративной культуры на каждый компонент эффективности деятельности организации (c11- влияние a1 на e1, ... c109 – A10 на E9).

В нашем исследовании¹ все показатели оценивались экспертами по 5-ти бальной шкале, а общий результат делился на максимально возможный для этой шкалы (для нашего случая он составлял 101250).

¹ Исследование проводилось в рамках магистерской работы студентки факультета «Социальный менеджмент» Харьковского гуманитарного университета «Народная украинская академия» Яхно О. под руководством автора. Исследование имело три составляющих: 1). Опрос экспертов-экономистов по вопросам эффективности современных организаций (2016, n = 20); 2). Опрос отечественных экспертов в сфере управления по вопросам корпоративной культуры и ее влияния на эффективность организации

Таким образом, предложенная формула позволяет измерять общее влияние корпоративной культуры на эффективность организации и оценивать влияние отдельных компонентов, что делает ее удобной для практического использования.

Эмпирическое измерение и подсчет по предложенной нами формуле показал, что влияние корпоративной культуры на эффективность деятельности современных организаций равен 0,68 (при максимально возможном 1,0), что означает недостаточное использование ее потенциала в управленческих практиках. При этом исследование продемонстрировало, что сильное влияние имеют такие компоненты корпоративной культуры, как характер взаимоотношений между людьми (0,88), трудовая этика и мотивирование (0,82) и коммуникационная система (0,80). Минимальное же влияние оказывают легенды, мифы (0,40), традиции, ритуалы (0,53) и внешние атрибуты (0,59) (см. табл. 2).

Таблица 2. Распределение обобщенных экспертных оценок влияния компонентов корпоративной культуры и эффективности деятельности организации

Элементы корпоративной культуры	Индекс влияния
a ₁ . Внешние атрибуты, (логотип, здания, цвета), внешний вид	0,59
a ₂ Привычки и традиции, символы, ритуалы, церемонии	0,53
a ₃ Структурированность времени и пространства	0,73
a ₄ Взаимоотношения между людьми	0,88
a ₅ Ценности	0,77
a ₆ Нормы	0,65
a ₇ Трудовая этика и мотивирование	0,82
a ₈ Коммуникативная система и язык общения	0,80
a ₉ Легенды, мифы, герои	0,40
a ₁₀ Миссия организации	0,64

Анализ по каждой составляющей формулы показал, что наиболее значимыми компонентами корпоративной культуры выступают отношения между людьми и коммуникационная система (4,44 балла при максимальном балле 5,0).

Максимальные оценки с точки зрения сформированности получил такой компонент корпоративной культуры, как внешние атрибуты, логотип, здания, цвет, одежду (3,47), взаимоотношения между людьми (3,34), Трудовая этика и мотивирование, ценности (3,19)

Распределение ответов по данному вопросу среди экспертов отечественных организаций представлены в таблице 3.

Таблица 3. Уровень развития компонентов корпоративной культуры в отечественных организациях (средневзвешенные):

Компонент корпоративной культуры	Средневзвешенный показатель (max 5,0)	Ранг
Внешние атрибуты, (логотип, здания, цвета), внешний вид	3,47	1
Взаимоотношения между людьми	3,34	2
Ценности	3,19	3
Трудовая этика и мотивирование	3,19	3
Коммуникативная система и язык общения	3,09	4
Нормы	3,06	5
Структурированность времени и пространства (их восприятия как ресурсов)	3,03	6
Привычки и традиции, символы, ритуалы, церемонии	2,94	7
Миссия организации	2,88	8
Легенды, мифы, герои, лидеры	2,69	9

Наиболее значимым элементом в системе эффективности деятельности организации выступает, по мнению экспертов, достижение поставленных целей (4,88), удовлетворенность клиентов, потребителей (4,88), рентабельность (4,47). Наименее значимые показатели - минимизация затрат и трудовых затрат (3,65), стабильность организации, ее структуры и кадрового состава (3,53).

Детализация ответов экспертов по вопросу о значимости отдельных элементов корпоративной культуры для эффективности деятельности организации показала, что такой

(2016, n = 75); 3). Опрос зарубежных экспертов в сфере управления (2016, n = 35). Выборка среди организаций представлена по разным сферам деятельности и по численности персонала.

показатель корпоративной культуры как отношения между людьми сильно влияет на удовлетворенность персонала организации своей трудовой деятельностью (4,71), трудовая этика и мотивирование, коммуникационная система и язык общения - на достижение организацией поставленных целей (4,58). Наименьшее влияние на эффективность деятельности организации, а именно на минимизацию затрат и трудовых затрат организации имеют такие компоненты корпоративной культуры как внешние атрибуты, логотип, здания, цвет, одежду (2,81).

При этом, ответы экономистов по данному вопросу распределились следующим образом: наиболее значимым компонентом корпоративной культуры для активности персонала организации, его развития (показатель эффективности деятельности организации), является трудовая этика и мотивирование (4,83) на второй позиции – структурирование времени и пространства (их восприятия как ресурсов), максимально влияет на достижение организацией поставленных целей (4, 72).

Распределение ответов по значимости показателей эффективности деятельности организации в целом среди экономистов и управленцев распределились следующим образом: наиболее значимыми показателями оказались удовлетворенность клиентов, потребителей и достижение поставленных целей – 4,88, а также рентабельность организации – 4,47. Наименее значимыми - стабильность организации, ее структуры и кадрового состава – 3,53 и минимизация затрат и трудовых затрат с коэффициентом 3,65. Средневзвешенное значение ответов респондентов по данному вопросу представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Распределение экспертных оценок по значимости показателей эффективности деятельности организации в целом среди экономистов и управленцев (средневзвешенное)

Интересен тот факт, что на вопрос «Если говорить о Вашей организации, то как бы Вы оценили следующие аспекты ее функционирования», респонденты ответили, что на максимально высоком уровне представлены: достижения поставленных целей (4,0), качество и количество продукции, активность персонала, его развитие (по 3,88). А наиболее труднодостижимым показателем эффективности деятельности организации оказалась минимизация затрат и трудовых затрат (3,24).

Таким образом, корпоративная культура представляет собой важный компонент деятельности организации не только с точки зрения поддержки тех или иных норм, но и обеспечения эффективности ее деятельности. При этом, как экономисты, так и управленцы не оспаривают влияния значимости фактора влияния корпоративной культуры на деятельность организации. А это вызывает необходимость работы по формированию, поддержке и развитию корпоративной культуры для повышения эффективности деятельности организации в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Асаул А.Н. Культура организации: проблемы формирования и управления / А. Н. Асаул, М. А. Асаул, П. Ю. Ерофеев, М. П. Ерофеев. - СПб.: Гуманистика, 2006. Электронный ресурс. – Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m12/2_3.htm#_ftn54 – Загл. с экрана.
2. Богатырев М. Организационная культура предприятия / Марат Богатырев // Пробл. теории и практики упр. - 2005. - № 1.- С. 104-111.

3. Камерон К.С. Диагностика и изменение организационной культуры / Ким С. Камерон, Роберт Э. Куинн; [Пер. с англ. А. Токарев]. – СПб.; М.; Х.; Минск : Питер, 2001. –311 с.
 4. Максименко А. А. Организационная культура: системно-психологические описания: учеб. пособ. [Электронный ресурс] / А. А. Максименко // HR-Portal сообщество HR-менеджеров. – Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/node/721>. – Загл. с экрана.
 5. Питерс Т. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний) / Т. Питерс , Р. Уотермен . – М. : Прогресс, 1986. - 424 с.
 6. Стеклова О.Е.Организационная культура: учебное пособие / О. Е. Стеклова. — Ульяновск: УлГТУ, 2007. - 127 с.
 7. Фей К.Ф. Организационная культура и эффективность: пример изучения иностранных компаний в России [Электронный ресурс] / К. Ф. Фей, Д. Денисон. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/pmih/2001-2/20.shtml> – Загл. с экрана.
 8. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство. Построение, эволюция, совершенство / Э. Х. Шейн. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.
- Hofstede G. Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context // Online Readings in Psychology and Culture. 2011. Unit 2: Theoretical and Methodological Issues, Subunit 1: Conceptual Issues in Psychology and Culture. URL: <http://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/8> (access date: 25.06.2016).