

Шуклина Екатерина Николаевна

магистрант

ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»

г. Ижевск, Удмуртская Республика

ПРЕДПОЧИТАЕМЫЙ ТИП КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СОТРУДНИКАМИ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Аннотация: в данной статье охарактеризован предпочитаемый тип корпоративной культуры сотрудниками сферы обслуживания (на примере сотрудников ООО «Танго-Телеком»).

Ключевые слова: корпоративная культура, организация, типология, сфера обслуживания.

Необходимость исследования предпочитаемого типа корпоративной культуры в сфере обслуживания обусловлена двумя фактами современного общества. Во-первых, в последние десятилетия в разы увеличилось количество предприятий, оказывающих консультативные услуги населению и бизнесу (более 60% по числу занятых работают в экономически развитых странах именно в сфере услуг). Во-вторых, организационная культура сегодня – это потенциал любой компании, инструмент ее конкурентоспособности. Противоречие между потребностями практики в научно-обоснованных рекомендациях по мотивации сотрудников сферы обслуживания и недостаточной научной разработанностью данного вопроса подтверждают актуальность изучаемой темы. Объектом исследования является корпоративная культура, предметом предпочитаемый ее тип в сфере обслуживания.

Эмперические исследования корпоративной культуры, которые почти одновременно были проведены разными учеными в середине прошлого столетия – М. Далтоном и группой английских ученых из Тавистокского института пришли к одинаковому выводу: внутри компаний есть особый феномен, влияющий на мотивацию работников, иначе говоря, ученые обозначили существование

корпоративной культуры. В современной литературе мы встречаем множество определений данного понятия. Каждый из авторов дает свое собственное толкование корпоративной культуре, рассматривая его через призму изучаемой науки. В психологических исследованиях главным понятием для определения корпоративной культуры является человеческая среда. В общем анализ предлагаемых определений термина «корпоративная/организационная культура» показал, что почти все авторы раскрывают данное организационное явление с позиций ее сущности и функций, индивидуальных исторических особенностей становления компании.

Нам ближе толкование данного понятия, которое дают Камерон и Р. Куинн. Они отмечают, что корпоративная культура организации проявляется, в том, что для нее ценно, в стиле ее лидерства, символах, атрибутах, традиционных процедурах и в понимании успеха. Авторы предложили типологию культур организации, которая построена на двух дихотомиях эффективности компаний: гибкости-стабильности и интеграция единства-соперничества. К. Камер и Р. Куинн выделяют четыре типа организационных культур: клановую, иерархическую, рыночную и адхократическую. Каждый тип авторами описывается в разрезе критериев организационной эффективности, описанных нами выше. Предложенную им методику OCAI (Organizational Culture Assessment Instrument), отражающую особенности организационной культуры, мы использовали при сборе эмпирических данных в определении желаемого типа корпоративной культуры. Участие приняли 100 сотрудников ООО Танго Телеком. Данная методика подтвердила свою эффективность и используется многими учеными в своих исследованиях. Среди которых особый интерес вызывает исследование, проведенное членами и научного сообщества В.Ю. Хотнец и О.В. Кожевниковой. Авторы, поставив целью своей работы: построение модели влияния ценностей национальной культуры на организационную эффективность, пришел к выводу о том, что респонденты, принадлежащие культуре с неравенством власти между разностатусными ее представителями, в большей мере ориентированы на организационные ценности

клановой культуры с явной преференцией ценностей коллективистской направленности. В коллективистских культурах люди интегрированы в сильные и прочные группы (кланы), которые оберегают их, взамен получая беспрекословную преданность и почтение [4]. В структуре ООО «Танго-Телеком» четко выстроена и соблюдается иерархия власти, что дает основания предположить о клановом предпочтении типа культуры. Действительно, результаты опроса подтвердили: сотрудники сферы предоставления услуг, работающих в ООО Танго-Телеком в большей степени ориентированы на организационные ценности клановой культуры. А следовательно сотрудниками работа и коллектив воспринимается, как семья, где лидеры выполняют роль наставников и родителей. Сплоченность коллектива достигается высокой степенью преданности и традициям.

Список литературы

1. Андреева Т.Е. Роль и место концепции культурных измерений Г. Хофстеде в современной теории управления (предисловие к разделу) // Вестн. Санкт-Петербург. ун-та. Сер. 8. Менеджмент. – 2006. – №4. – С. 122–133.
2. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн; пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2001. – 320 с.
3. Патутина Н.А. Корпоративные технологии XXI века: социально-педагогический потенциал организационной культуры / Науч. ред. А.В. Мудрик. – М.: Памятники исторической мысли, 2016. – 464 с.
4. Хотинец В.Ю. Организационная логика в институциональном и культурном контекстах / В.Ю. Хотинец, О.В. Кожевникова // Экономика и право. – 2017. – Т. 27. – Вып. 1.
5. Хофстеде Г. Модель Хофстеде в контексте: параметры количественной характеристики культур // Язык, коммуникация и социальная среда. – 2014. – №12. – С. 9–49.

6. Hofstede G., Hofstede G.J., Minkov M. Cultures and Organizations: Software of the Mind. Revised and expanded third edition. – New York. McGraw-Hill, 2010. – 576 с.