

Каленчук В. О. Організаційна культура як чинник соціальної ідентифікації співробітників. – Матеріали доповідей учасників II Всеукраїнського конгресу із соціальної психології «Соціальна психологія сьогодні: здобутки і перспективи» (7-9 листопада 2019 р.). Київ: 2019. С.148-149. – DOI: 10.33120/UCSPProceedings-2019. Режим доступу: : <http://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2019/11/Theses-UCSP2019.pdf>

Каленчук В.О.

Організаційна культура як чинник соціальної ідентифікації співробітників

Створення гармонійної робочої атмосфери, в якій узгоджено працює колектив організації, забезпечується відповідністю корпоративної культури та індивідуальних характеристик співробітників, наприклад, тип прив'язаності до організації, потреба в ідентифікації, відповідність індивідуальних та організаційних цінностей тощо. Оскільки це безпосередньо пов'язано з ефективною діяльністю організації, вітчизняні та зарубіжні вчені фокусують увагу на проблемі психологічного обґрунтування організаційної культури. Вони вивчають взаємозв'язки та взаємовпливи багаточисленних змінних, які описують цей параметр.

Американські дослідники К. Камерон та Р. Куїнн вважають, що будь-яка організація, незалежно від її розміру та виду діяльності, має корпоративну культуру, яка усвідомлюється співробітниками та чітко може спостерігатися ззовні [1]. На думку П. Вейлла, культура формує у членів даної культурної спільноти достатньо унікальну спільну для всіх психологію [2].

Корпоративна культура розуміється як система колективних уявлень про норми, цінності, способи поведінки, які приймаються всіма членами організації [3]. Слід відзначити, що корпоративна культура – явище неоднорідне, і, як правило, виділяють її декілька типів. Наприклад, Л. Костантин розробив парадигмальний підхід, у межах якого писано чотири моделі корпоративної культури організації. Крім того, корпоративна культура виконує важливу функцію та є однією з причин виникнення організаційної ідентифікації. Оскільки людина є істотою соціальною, для неї важливо усвідомлювати свою належність до певної суспільної групи, зокрема, до корпорації, в якій він

працює. Крім того, ідентифікація з організацією схвалюється з боку керівництва, оскільки вона забезпечує згуртованість та є запорукою спільного успіху організації. У нашій роботі ми спираємось на визначення Б. Ешфорта та Ф. Маїла, які характеризують організаційну ідентичність як сприйняття схожості з організацією, а також почуття єдності з нею, коли співробітник визначає себе у термінах тієї корпорації, в якій працює.

Отже, корпоративна культура є ключовим багатоаспектним явищем, яке дозволяє вибудовувати необхідні форми поведінки людини у відповідності до цілей, цінностей та місії організації. Благополучна адаптація, і як наслідок, ідентифікація співробітника з організацією, збільшує ймовірність відповідності їх поведінки бажаним еталонам.

Література:

1. Камерон, К., Куинн, Р. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. СПб: Питер, 2001. 320 с.
2. Ловаков, А. В., Липатов, С. А. Организационная идентификация и представления работников об организационной культуре. *Вестник Университета (Государственный университет управления)*. 2010. № 23. С. 50–54.
3. Несмеянова, Р. К. Связь социально-демографических характеристик сотрудников с их организационной идентификацией и привлекательностью для них корпоративной культуры. *Социальная психология и общество*. 2018. Том 9. № 1. С. 67–77. doi:10.17759/sps.2018090105

Відомості про автора:

Каленчук Валентина Олександрівна – аспірант кафедри загальної та соціальної психології Херсонського державного університету.