

ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ОБРАЗАХ ИДЕАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

В настоящее время число работающих женщин в коммерческих организациях вполне сравнимо с количеством мужчин, причем это касается не только линейного персонала, но и руководящих должностей, например, топ-менеджера или директора. По этой причине женщины оказывают достаточно сильное влияние на формирование внутренней атмосферы в компании, другими словами, на ее организационную культуру.

Цель исследования, проведенное в четырех белорусских коммерческих компаниях, заключалась в установлении зависимости между влиянием неформального лидера на тип организационной культуры. Однако результаты данного исследования позволили не только сделать выводы о наличии зависимости, но также выделить ряд других интересных моментов. В частности, данная статья посвящена вопросу о гендерных различиях в образах идеальной организационной культуры.

Для начала нужно определить понятия «идеальной» организационной культуры и ее отличия от «реальной». В опроснике¹, предложенном каждому сотруднику четырех компаний (всего 97 человек, 43 женщин и 54 мужчин), в графе «теперь» нужно было описать субъективный образ текущей организационной культуры, или реальный образ культуры, а в графе «предпочтительно» - субъективный образ желаемой организационной культуры, или идеальный образ культуры.

Исследователи² выделяют четыре возможных типа организационной культуры. Предприятие, на котором уделяется внимание сплочению команды, построению благоприятного морального климата, развитию человеческих ресурсов, поощряется участие и преданность делу – это клановый тип ОК. Если руководитель смело смотрит в будущее, обладает способностью предвидеть, предпочитает новаторство и постоянно привлекает новые ресурсы, поощряет креативность и непрерывный рост сотрудников - это адхократический тип ОК. На предприятии, где важнее всего порядок, своевременность выполнения заданий и гладкое функционирование, потому что только контроль способствует рентабельности – это бюрократический тип ОК. Наконец, рыночный тип ОК присутствует при стремлении к постоянному увеличению рыночной доли, к достижению максимальной прибыльности предприятия, ориентированность на жесткую конкуренцию и повышение объемов производства.

Следовательно, можно было сравнить образы идеальной организационной культуры у мужчин и женщин, как в целом по четырем

компаниям, так и отдельно по каждой из компаний. Полученные результаты представлены в таблице 1:

Таблица 1. Сравнение образов идеальной организационной культуры у мужчин и женщин

Тип оргкультуры	Клан		Адхократия		Рынок		Иерархия	
	М(%)	Ж(%)	М(%)	Ж(%)	М(%)	Ж(%)	М(%)	Ж(%)
Компания 1	11,8	13,1	12,8	12,2	15,3	9,7	11,4	13,7
Компания 2	11,2	13,9	14,3	10,7	15,8	9,2	12,5	12,4
Компания 3	10,1	14,9	16,1	8,9	14,9	10,1	9,1	15,9
Компания 4	10,6	14,4	15,1	9,9	16,4	8,6	11,3	13,7
Всего	11,0	14,1	14,6	10,4	15,6	9,4	11,1	13,9

Из таблицы следует, что женщины склонны видеть идеальную организационную культуру как более сплоченную, открытую, семейственную, а также такую, в которой прописаны четко обязанности и формализованы функции, другими словами, клановую и иерархическую (бюрократическую). Мужчины же видят идеальную культуру как культуру прорыва, жесткой конкуренции, завоевательскую и быстро растущую, другими словами, адхократическую и рыночную. Это также объясняет и тот факт, почему величина корреляции между оценками реальной и идеальной культур у мужчин оказалась значительно выше, чем у женщин, поскольку как мужчины, так и женщины во всех четырех компаниях оценили свои культуры как более близкие к адхократическому и рыночному типам.

¹ Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры, Спб., 2001, с.53-55;

² Там же, с.68-79.