

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт
(наименование института полностью)

Кафедра «Педагогика и психология»
(наименование)

37.03.01 Психология
(код и наименование направления подготовки/специальности)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Исследование корпоративной культуры организации на примере отдела МВД
России по Кемеровской области

Обучающийся

Ю.В. Старкова

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. педагог. наук, Л.Ф. Чекина

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2023

Аннотация

Исследование заключается в анализе структурных элементов корпоративной культуры и социально-психологических факторов ее формирования.

Практическая значимость исследования: выявленные в рамках исследования закономерности формирования корпоративной культуры сотрудников МВД являются важнейшим элементом при разработке специальных обучающих программ, направленных на развитие и совершенствование корпоративной культуры.

Объект исследования: корпоративная культура.

Предмет исследования: структурные элементы корпоративной культуры и ее социально-психологические факторы формирования на примере отдела МВД.

Гипотеза исследования: структурные элементы корпоративной культуры отдела МВД составляют ценности, нормы, традиции, стратегия, миссия организации; к социально-психологическим факторам формирования корпоративной культуры относятся благоприятный психологический климат, соблюдение ценностей и норм профессиональной этики, наличие налаженной системы коммуникации между подразделениями, руководством и подчиненными.

Выпускная работа включает в себя введение, теоретическую и практическую главы, заключение, список используемой литературы и приложения.

В первой главе рассматриваются теоретические аспекты корпоративной культуры организации и социально-психологические факторы ее формирования. Во второй главе описывается проведенное эмпирическое исследование по выбранной тематике.

Выпускная квалификационная работа состоит из 56 страниц, содержит 6 таблиц и 3 рисунка, и 51 литературный источник.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Теоретические аспекты корпоративной культуры организации. Социально-психологические факторы формирования корпоративной культуры.....	8
1.1 Сущность понятия и значение корпоративной культуры организации.....	8
1.2 Социально-психологические факторы формирования корпоративной культуры, ее структурные элементы.....	12
1.3 Методы исследования корпоративной культуры организации.....	17
Глава 2 Эмпирическое исследование корпоративной культуры организации и социально-психологические факторы ее формирования.	21
2.1 Организация и методы исследования.....	21
2.2 Результаты исследования корпоративной культуры в Отделе МВД России по Кемеровской области города Березовский.....	25
2.3 Анализ корпоративной культуры Отдела МВД России по Кемеровской области города Березовский и социально- психологических факторов ее формирования.....	34
2.4 Рекомендации по формированию и оптимизации корпоративной культуры Отдела МВД России по Кемеровской области города Березовский.....	44
Заключение.....	48
Список используемой литературы.....	52

Введение

Актуальность темы исследования обосновывается потребностью повышения эффективности работы организации. Немаловажную роль в эффективной работе организации играет корпоративная культура. Поэтому для эффективной деятельности любой организации корпоративная культура нуждается в ее улучшении, а это предполагает учет ее структурных элементов и социально-психологических факторов формирования. Корпоративная культура объединяет все виды деятельности компании и взаимоотношения между персоналом, делая коллектив более сплоченным, а работу более эффективной. Она формирует внешний имидж организации, определяет взаимоотношения в организации. Корпоративная культура – это «образ мышления, формирующийся под различными факторами в ценности, установки и правила поведения в организации и выражающийся через символику и атрибуты конкретной организации, а также отражающий уникальность, особенность и неповторимость организации» [49, с. 31]. Корпоративная культура сотрудников отделов Министерства внутренних дел (МВД) представляет собой «совокупность принятых норм поведения и взаимоотношений (как внутри системы МВД, так и с внешней аудиторией), традиций и символики» [21, с. 134]. Ее очевидная особенность – опора на этические составляющие профессиональной деятельности, которые закреплены юридически. Для развития и совершенствования корпоративной культуры в отделах МВД следует владеть информацией о специфике профессиональной деятельности организации, знать основные структурные элементы, из которых формируется корпоративная культура сотрудников МВД, а также изучить социально-психологические факторы, которые оказывают влияние на ее формирование. Изучение корпоративной культуры и ее элементов способствует определению проблемных зон в создании имиджа организации, работа с которыми может положительным образом улучшить эффективность работы сотрудников в конкретной организации.

Теоретическому изучению проблемы корпоративной культуры посвятили исследования различные ученые. Из числа зарубежных авторов над проблемой корпоративной культуры работали М. Армстронг [1], Э. Шейн [48]. Среди отечественных ученых корпоративную культуру исследовали С.А. Гаврикова [6], В.А. Климова [15], В.В. Козлов [16], Н.Н. Могутова [23]. Проблемы корпоративной культуры в органах правоохранительной системы России рассматривались в работах исследователей: Г.Н. Березиным [2], Ю.С. Высыпковой [5], О.В. Евтиховым [9], В.В. Ермолаевым [10, 11], В.А. Лаптевым [18]. Однако можно констатировать, что на данный момент отмечается недостаточно исследований, посвященных изучению социально-психологических факторов формирования корпоративной культуры и ее структурных элементов в отделах МВД. Таким образом, в связи с недостаточной разработанностью проблемы исследования была сформулирована следующая цель исследования.

Цель работы: анализ структурных элементов корпоративной культуры и ее социально-психологических факторов формирования (на примере отдела МВД России по Кемеровской области г. Березовский).

Объект исследования: корпоративная культура.

Предмет исследования: структурные элементы корпоративной культуры и ее социально-психологические факторы формирования на примере отдела МВД.

Гипотеза исследования: структурные элементы корпоративной культуры отдела МВД составляют ценности, нормы, традиции, стратегия, миссия организации; к социально-психологическим факторам формирования корпоративной культуры относятся благоприятный психологический климат, соблюдение ценностей и норм профессиональной этики, наличие налаженной системы коммуникации между подразделениями, руководством и подчиненными.

Задачи, предполагаемые для достижения цели:

- раскрыть сущность понятия и значение корпоративной культуры организации;
- описать социально-психологические факторы формирования корпоративной культуры, ее структурные элементы;
- охарактеризовать методы исследования корпоративной культуры организации;
- провести эмпирическое исследование корпоративной культуры Отдела МВД России по Кемеровской области г. Березовский и социально-психологических факторов ее формирования;
- разработать рекомендации по формированию и оптимизации корпоративной культуры Отдела МВД России по Кемеровской области г. Березовский.

Теоретическую и методологическую основу исследования составляют: подход К. Камерон и Р. Куинн к выделению типов корпоративной культуры: клановая, адхократическая, рыночная и бюрократическая; модель корпоративной культуры Ф. Харриса и Р. Морана, в соответствии с которой «корпоративная культура формируется на основе десяти характеристик: осознание себя и своего места в организации, внешний вид на работе, привычки и традиции в употреблении пищи на работе сотрудниками, отношение к рабочему времени и его использование, взаимоотношения между людьми, ценности и нормы, вера во что-то, процесс развития работников и научение, трудовая этика и мотивирование» [50, с. 122].

В исследовании использовали следующие методы и диагностические методики:

- теоретические методы: анализ, сопоставление и обобщение исследований, имеющих в специальной литературе по заявленной проблематике;
- диагностические методики: анкета по изучению корпоративной культуры П. Харриса и Р. Морана; опросник ОСАІ для изучения корпоративной культуры составленный, К. Камероном и Р. Куинном;

методику на определение психологического климата группы (автор Л.Н. Лутошкин);

– методы статистической обработки (критерий корреляции Ч. Спирмена, однофакторный дисперсионный анализ, описательные статистики);

– интерпретационные методы.

База исследования: отдел МВД России по Кемеровской области город Березовский. Для проведения исследования планируется сформировать выборку из 60 человек, сотрудников разного возраста, пола, звания и выслуги. Выборка разделена на следующие подгруппы: по возрасту – 30 человек до 35 лет, 30 человек – старше 35 лет; по полу – 38 мужчин и 22 женщины.

Новизна исследования: в исследовании обобщены научные подходы, раскрывающие сущность, выявлена и описана структура и социально-психологические факторы формирования корпоративной культуры на примере отдела МВД России по Кемеровской области (г. Березовский).

Теоретическая значимость исследования: в исследовании проведен анализ ведущих теоретических и методологических подходов к изучению корпоративной культуры. Выявлены социально-психологические закономерности и механизмы, обуславливающие формирование корпоративной культуры сотрудников МВД.

Практическая значимость исследования: выявленные в рамках исследования закономерности формирования корпоративной культуры сотрудников МВД являются важнейшим элементом при разработке специальных обучающих программ, направленных на развитие и совершенствование корпоративной культуры.

Объем и структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы, в количестве 51 источника. Объем работы составляет 56 страниц.

Глава 1 Теоретические аспекты корпоративной культуры организации. Социально-психологические факторы формирования корпоративной культуры

1.1 Сущность понятия и значение корпоративной культуры организации

Корпоративная культура – это понятие, которое применяется для характеристики комплекса составляющих, описывающих конкретную организацию и отличающую её от других. В качестве синонима данного понятия в научной литературе встречается такой термин, как «организационная культура» [20, с. 5].

Учеными корпоративная культура как понятие определяется с разных позиций, в которых могут быть отражены отличающиеся основания для выделения ключевых характеристик этого понятия. В частности, корпоративная культура трактуется с точки зрения, описания характера деятельности организации, и ее сотрудников. В частности, Э. Шейн под корпоративной культурой понимает «комплекс коллективных правил и норм поведения, которые приобретены или выработаны группой людей по мере их адаптации к внешней среде и эти правила и нормы представляют наибольшую ценность для организации» [48, с. 42].

Другое основание для определения корпоративной культуры содержит характеристику ее элементов. В частности, Р. Дафт под корпоративной культурой понимает традиции, мифы и символы, которые информируют сотрудников о существующих ценностях и установках в компании [8, с. 12].

Л.Н. Собчик корпоративную культуру трактует как систему приобретенных в организации правил, ценностей, принципов и установок, которые разделяются ее сотрудниками [37, с. 28].

С точки зрения определения корпоративной культуры, предложенное И.В. Грошев, П.В. Емельянов и В.М. Юрьев, это понятие рассматривается

как целостная категория [7]. Данными учеными это понятие определяют, как совокупность компонентов восприятия окружающей среды сотрудниками организации, которые разделяются всеми членами организации ее ценности и символы [7].

Согласно определению, предложенного К. Камероном и Р. Куинном, корпоративная культура – это своеобразный набор убеждений, ценностей, стилей работы и отношения, которые отличают одну организацию от другой. Каждая культура обладает уникальным языком, символами, правилами, положениями чувствами, которые отличаются от других культур. Каждая из этих субкультур содержит общие атрибуты доминирующего типа культуры всей организации [50].

Изучив имеющиеся трактовки понятия, можно выделить в них общее то, что корпоративная культура организации определяется как основные убеждения, предположения, ценности и способы взаимодействия, которые способствуют созданию уникальной социальной и психологической среды организации.

Корпоративная культура имеет свою специфику в каждой организации. На основании анализа разных организаций, ученые выделили наиболее типичные признаки, характерные для изучаемых культур на основании изучения ее элементов. Представим общую классификацию типов корпоративных культур, предложенную И.В. Грошевым, П.В. Емельяновым и В.М. Юрьевым: «Все типы культур в организациях делятся на три условные категории в зависимости от лежащих в основе типологии процессов, явлений и поведения сотрудников: типология по параметру среда-организация, типология по параметру индивид-организация и типология по параметру конкурирующих ценностей» [7, с. 54].

К первой группе типологий авторы отнесли подходы С. Йошимури, У. Ноймана, Г. Хофстеда и Т. Дила и А. Кеннеди. Ко второй группе относятся типологии организационной культуры, предложенные Р. Блейком

и Д. Мутоном, а также типология С. Ханди. К третьей группе относится типология организационных культур К. Камерона и Р. Куинна [50, 51].

Из указанных типологий организационных культур для нашего исследования наибольший интерес представляют типология К. Камерона и Р. Куинна, модель корпоративной культуры Ф. Харриса и Р. Морана.

Наиболее полной с точки зрения учета разных оснований для классификации нам представляется типология корпоративных культур, предложенная К. Камероном и Р. Куинном. Авторы создали модель культуры четырех боксов, используемую для классификации организационных культур. Его вертикальная ось смотрит на то, ориентирована ли организация на стабильность или гибкость, а ее горизонтальная ось смотрит на то, смотрит ли организация больше внутрь или вовне. Модель известна как «структура конкурирующих ценностей», потому что она сравнивает эти конкурирующие приоритеты, которые могут иметь организации. Как организации отдают приоритет конкурирующим ценностям, отраженным в их модели, будет определять типы культур, которые возникнут в них. Они приходят к выводу, что существует четыре типа культур: клановый, адхократический, иерархический (бюрократический) и рыночный тип [50].

Модель корпоративной культуры Ф. Харриса и Р. Морана «включает в себя десять характеристик: осознание себя и своего места в организации, внешний вид на работе, привычки и традиции в употреблении пищи на работе сотрудниками, отношение к рабочему времени и его использование, взаимоотношения между людьми, ценности и нормы, вера во что-то, процесс развития работников и научение, трудовая этика и мотивирование» [3, с. 45].

Значение корпоративной культуры организации состоит в том, что «ключ к успешной организации – это наличие культуры, основанной на твердом и широко разделяемом наборе убеждений, подкрепленных стратегией и структурой. Когда в организации сильная культура, происходят три вещи: сотрудники знают, как высшее руководство хочет, чтобы они отреагировали на любую ситуацию, сотрудники верят, что ожидаемая

реакция является правильной, и сотрудники знают, что они будут вознаграждены за демонстрацию ценностей организации» [4, с. 21].

Корпоративная культура «определяет правильный способ поведения в организации. Эта культура состоит из общих убеждений и ценностей, установленных лидерами, которые затем передаются и подкрепляются различными методами, что в конечном итоге формирует восприятие, поведение и понимание сотрудниками» [35, с. 56]. Корпоративная культура также «определяет контекст всего, что делает организация. Поскольку отрасли и ситуации значительно различаются, не существует универсального шаблона корпоративной культуры, который бы отвечал потребностям всех организаций» [13, с. 33].

Сильная культура – «общий знаменатель самых успешных компаний. У всех есть консенсус в отношении культурных приоритетов, и эти ценности сосредоточены не на отдельных людях, а на организации и ее целях» [14, с. 22]. Успешность организации определяется сформированной корпоративной культурой, которая позволяет повысить уровень идентичности сотрудников и воспринимать ценности организации как свои собственные, дорожить ими, уважать их и соблюдать [36]. И наоборот, отсутствие сформированной корпоративной культуры приводит к распаду организации, текучести кадров, неэффективности управления [19, 42].

Таким образом, под корпоративной культурой понимаются традиции, мифы и символы, которые информируют сотрудников о существующих ценностях и установках в организации. Также корпоративная культура включает систему приобретенных в организации правил, ценностей, принципов и установок, которые разделяются ее сотрудниками.

1.2 Социально-психологические факторы формирования корпоративной культуры, ее структурные элементы

Корпоративная культура помогает организации создать свой неповторимый, уникальный образ (имидж): «Имидж любой организации является отражением корпоративной культуры, в том числе и корпоративной культуры МВД. Для решения проблем, связанных с нарушением правопорядка, сотрудникам МВД необходимо обладать определенным набором качеств, которые заложены в систему корпоративной культуры: миссия, история организации, принципы работы организации, ценности и нормы, символика, традиции» [17, с. 8]. В.В. Ермолаев отмечает, что «грамотно сформированная корпоративная культура обеспечивает эффективность работы организации» [12, с. 8].

Специфическими чертами корпоративной культуры в организационных структурах МВД являются «жесткое нормативно-правовое регулирование рассматриваемого феномена; устойчивая система ритуалов и моделей поведения сотрудников, закрепление ее в ведомственных нормативных документах; наличие специфической общегосударственной и ведомственной символики и других внешних проявлений рассматриваемого феномена; ориентация декларируемых ценностей на интересы граждан и государства, а не на получение материальной прибыли, в отличие от коммерческих организаций» [22, с. 10].

Социально-психологические факторы формирования корпоративной культуры МВД и отдельных его подразделений включают в себя, по мнению И.С. Некрасова:

- «быструю адаптацию сотрудников, прибывающих в подразделение, которая проходит успешно, без психологических затруднений, с минимальной психофизиологической ценой;
- подразделению применяется оптимальная модель управленческого взаимодействия, соответствующая положениям нормативно-правовых

- актов, построенная в соответствии с особенностями решаемых коллективом задач базирующаяся на управлении на основе ценностей;
- слаженности и сплоченности подразделения, обеспечивают эффективное взаимодействие внутри подразделения и выполнение стоящих перед ним задач;
 - в подразделении сформирована система ценностей и мотивов профессиональной деятельности, соответствующих социальным целям и функциональному предназначению силовой структуры» [25, с. 8].

Социально-психологические факторы формирования корпоративной культуры МВД и отдельных его подразделений является социально-психологический климат и морально-психологическое состояние сотрудников [24, 26, 27]. Важно отметить, что «состояние социально-психологического климата, его стимулирующее влияние на личность сотрудника рассматривается руководством МВД России в качестве одного из существенных показателей эффективности деятельности руководителя подразделения, его положительного воздействия на подчиненных, так как он характеризует один из существенных результатов специфической именно для руководителя функции, направленной на обеспечение эффективности деятельности всего коллектива» [31, с. 12].

Основными показателями социально-психологического климата сотрудников являются «стремление к сохранению целостности коллектива, совместимость, сработанность, сплоченность, контактность, открытость, ответственность. Кратко рассмотрим сущность этих показателей. Сплоченность – один из объединяющих подразделение процессов. Характеризует степень приверженности к группе ее членов. Определяется двумя основными переменными – уровнем взаимной симпатии в межличностных отношениях и степенью привлекательности группы для ее членов. Ответственность – контроль над деятельностью с точки зрения выполнения принятых в организации правил и норм. В подразделениях с положительным психологическим климатом сотрудники стремятся

к принятию на себя ответственности за успех или неудачу совместной деятельности. Контактность и открытость – определяют степень развития личных взаимоотношений сотрудников, уровень психологической близости между ними» [3, с. 67].

Социально-психологические факторы формирования корпоративной культуры МВД и отдельных его подразделений определяют также личностные и морально-нравственные качества сотрудников [29, 45]. В качестве ведущих качеств следует указать на волевые характеристики, нравственные качества личности и коммуникативные особенности [30, 33]. Для формирования корпоративной культуры базовыми компонентами являются коммуникационные способности, общительность, навыки разрешения конфликтов, внимание к партнеру, ответственность, эмоциональная устойчивость, стремление к обучению и получению новых знаний, рефлексивные навыки, чувство справедливости [40]. В ряде исследований [41, 43, 46, 47] выделены в качестве основных психологических особенностей сотрудников МВД, которые влияют на формирование корпоративной культуры, следующие:

- особенности, которые формируют отношение к выполнению профессиональных функций, к выбранной профессии (трудолюбие, стремление к проявлению творчества, ответственность и добросовестность при выполняемой работе, проявление инициативы, стремление к настойчивому достижению целей) [41];

- в коммуникативной сфере – общительность, толерантность, сниженный конформизм [46];

- в мотивационно-волевой сфере личности – ответственность, наличие интернального локуса контроля, выраженная потребность в борьбе и достижении цели, стремление к достижению полной самоактуализации, потребность в признании общества [47].

Высокий уровень сформированности правосознания является одним из факторов корпоративной культуры сотрудников МВД. Если проводить его

психологический анализ, должно включать навыки анализа существующих принципов, а также сформированных институтов права, устойчивую веру в сохранение их целостности и справедливости, устойчивое неприятие возможности совершения правонарушений ни при каких условиях, устойчивые принципы реализации и соблюдения правовых норм, сформированное чувство соблюдения справедливости, а также законных прав.

Одними из самых важных качеств сотрудников, которые определяют корпоративную культуру, являются следующие: оптимизм, уверенность в себе, состояние психического равновесия, автономность развитие человека и его личностного выбора, готовность к изменениям, возможность замечать и выделять альтернативы, высокий уровень актуализации и психологической зрелости, аутоконструктивное отношение к личности, способность планировать свою деятельность, позитивность Я-концепции, способность в саморегуляции психических состояний, умение быть эмпатичным и рефлексировать, навыки общения, самокритичность. Данные личностные качества и оказываются самыми оптимальными, которые обеспечивают профессиональную успешность сотрудника МВД в экстремальных условиях профессиональной деятельности.

Рассмотрим подробнее элементы корпоративной культуры на примере Министерства внутренних дел России: «Первым элементом корпоративной культуры является миссия организации. Миссия рассматривается как сформулированное утверждение относительно того, для чего или по какой причине существует организация» [39, с. 22]. Миссия МВД России – это «защита личности, общества, государства от противоправных посягательств, предупреждение и пресечение преступлений, выявление и раскрытие преступлений, обеспечение правопорядка и безопасности» [44, с. 45].

Вторым элементом выступает «история и герои организации. Сотрудник должен знать историю становления МВД, руководителей, их

биографию, а также вклад для развития общества. История помогает понять деятельность организации, ее ценности» [5, с. 83].

Третий элемент «корпоративной культуры – это принципы работы организации. Они описаны в уставе организации» [5, с. 83].

Четвертым элементом «корпоративной культуры является нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность сотрудников Министерства внутренних дел России. Регулирование правоотношений, связанных со службой в органах внутренних дел, осуществляется в соответствии с:

- Конституцией Российской Федерации;
- нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации;
- нормативными правовыми актами федерального органа исполнительной власти в сфере внутренних дел» [5, с. 84].

Немаловажный элемент – это «символика и внешний вид служащего. В системе Министерства внутренних дел Российской Федерации имеются своя символика. Официальными символами являются знамёна. Флаг Министерства внутренних дел Российской Федерации является официальным символом, указывающим на принадлежность к Министерству внутренних дел Российской Федерации. Внешний вид гражданского служащего при исполнении им должностных обязанностей в зависимости от условий службы и формата служебного мероприятия должен способствовать уважительному отношению граждан к представителям государственных органов, соответствовать общепринятому деловому стилю, который отличают официальность, сдержанность, традиционность, аккуратность» [5, с. 85].

И последний элемент корпоративной культуры – это «традиции, обычаи, ритуалы и обряды. С помощью традиций гармонизируются отношения между поколениями сотрудников организации, поддерживается связь прошлого, настоящего и будущего. Содержанием традиции становятся

обычаи, ритуалы, обряды, которые наделяются свойствами традиционности и всегда выступают в роли способа удовлетворения какой-либо потребности» [5, с. 86].

Таким образом, социально-психологическими факторами формирования корпоративной культуры в структурных отделах и подразделениях МВД является содействие адаптации новых сотрудников, налаженное управленческое взаимодействие, сплоченность коллектива, сформированные у сотрудников система ценностей выполнения своей профессиональной деятельности, чувство долга и ответственности. К структурным элементам корпоративной культуры МВД и его подразделений относятся миссия, история организации, принципы работы организации, ценности и нормы, символика, традиции в организации.

1.3 Методы исследования корпоративной культуры организации

В качестве методов исследования корпоративной культуры организации на примере отдела МВД России по Кемеровской области (г. Березовский) [28, 32], структурных элементов корпоративной культуры и ее социально-психологических факторов формирования, предполагается использовать следующие методы исследования: анкетирование и тестирование с использованием психодиагностических методик.

– Анкетирование. В исследовании планируется использовать анкету, составленную на 10-ти основных характеристиках корпоративной культуры П. Харриса и Р. Морана. Анкетирование проводится по десяти базовым характеристикам корпоративной культуры:

- «осознание себя и своего места в организации;
- коммуникационная система и язык общения (использование устной, письменной, невербальной коммуникации);
- внешний вид, одежда и представление себя на работе (разнообразие униформ, опрятность);

- привычки и традиции в организации питания работников;
- осознание времени, отношение к нему и его использование (соблюдение распорядка);
- взаимоотношения между сотрудниками (по возрасту и полу, статусу и власти);
- ценности и нормы (что люди ценят в своем подразделении).
- вера во что-то (вера в руководство, успех, свои силы, справедливость, в этическое поведение);
- процесс развития сотрудников и обучение;
- трудовая этика и мотивирование» [38, с. 167].

– В качестве психодиагностических для изучения корпоративной культуры наиболее известен опросник OCAI, разработанный К. Камероном и Р. Куинном. Авторы создали модель культуры четырех боксов, используемую для классификации организационных культур. Этот опросник предназначен для оценки шести ключевых измерений корпоративной культуры: важнейшие характеристики организации, общий стиль лидерства, управление сотрудниками, связующая сущность организации, стратегические цели и критерии успеха. На основании сочетания выделенных шести показателей в итоге можно выявить четыре типа корпоративных культур: клановый, адхократический, иерархический (бюрократический) и рыночный тип [50].

Клановый тип культуры «характеризуется дружелюбной и доверительной атмосферой в коллективе, члены которого чувствуют себя семьей. Клановые возникают, когда организация в первую очередь обращает внимание на внутренний мир и ценит оперативность. При таком сочетании ценностей организации ищут способы быстро и эффективно реагировать на изменения. Клановые ценят командную работу и сотрудничество. Они также часто чувствуют себя семьями, которых объединяет желание работать над достижением общих целей. Эти организации могут быть более

сосредоточены и заинтересованы в своих внутренних результатах, таких как взаимодействие, чем во внешних результатах» [50, с. 145].

Адхократический тип культуры «характеризуется тем, что организации смотрят вовне и сосредоточены на гибкости и реагировании. Благодаря такому сочетанию ценностей организации ценят темп работы, инновации и принятие риска во имя быстрого продвижения к внешним потребностям. Эти организации объединяет желание экспериментировать, вводить новшества и быстро создавать. В результате они предприимчивы и стремятся создавать новое и находить новые пути к успеху. Хотя эти организации могут быстро расти и развиваться, они могут иметь меньший контроль над своей деятельностью и обеспечивать менее благоприятную среду, чем другие организации. Адхократическая культура подходит для творческих людей, поскольку в организациях с такой культурой ценятся инициативные, творческие люди с новаторскими идеями» [50, с. 146].

Очень формализованной считается «иерархическая (другое ее название, бюрократическая) культура. В организациях с иерархическим типом культуры строго регламентирована структура организации и деятельность сотрудников. Иерархия становится эффективной, когда организации смотрят внутрь себя и сосредоточены на стабильности и контроле. С помощью этих ценностей организации смотрят внутрь себя, чтобы обеспечить контроль и эффективность. Иерархия привносит структуру и строгость в операции через контролируемые операционные процессы. Они также обеспечивают бесперебойную, упорядоченную и контролируемую работу. Эти организации могут быть менее отзывчивыми к изменяющимся ситуациям и требованиям рынка, чем другие организации» [50, с. 146].

Особенностью рыночной культуры является «наличие конкурентной среды, мотивирующей людей с определенным типом личности на индивидуальные успехи и достижения. В организациях с рыночной культурой во главе всего стоит план, который нужно выполнить при любых

условиях, поскольку основная ориентация руководителей таких организаций на достижение результата» [50, с. 147].

– Для изучения одного из базовых факторов формирования корпоративной культуры в организации применяется методика «Определение психологического климата группы» (автор Л.Н. Лутошкин) [34]. Методика представляет собой набор шкал, сотрудник отмечает степень выраженности позитивного либо негативного признака. По сумме оценок можно сделать вывод о благоприятном либо неблагоприятном климате в подразделении.

Выводы по первой главе

На основании теоретического обзора научной литературы были сформулированы следующие выводы.

– Под корпоративной культурой понимается набор традиций, мифов и символов, которые информируют сотрудников о существующих ценностях и установках в организации. Также корпоративная культура включает систему приобретенных в организации правил, ценностей, принципов и установок, которые разделяются ее сотрудниками.

– Социально-психологическими факторами формирования корпоративной культуры в структурных отделах и подразделениях МВД является содействие адаптации новых сотрудников, налаженное управленческое взаимодействие, сплоченность коллектива, сформированные у сотрудников система ценностей выполнения своей профессиональной деятельности, чувство долга и ответственности. К структурным элементам корпоративной культуры МВД и его подразделений относится миссия, история организации, принципы работы организации, ценности и нормы, символика, традиции в организации.

– В качестве методов изучения корпоративной культуры МВД и отдельных подразделений относится изучение документации, анкетирование, тестирование.

Глава 2 Эмпирическое исследование корпоративной культуры организации и социально-психологические факторы ее формирования

2.1 Организация и методы исследования

Обзор научной литературы по теме исследования позволяет констатировать, что на данный момент отмечается недостаточно исследований, посвященных изучению социально-психологических факторов формирования корпоративной культуры и ее структурных элементов в отделах МВД. Таким образом, в связи с недостаточной разработанностью проблемы исследования была сформулирована цель исследования.

Методический замысел исследования: на основании выявленных теоретических положений разработана программа эмпирического исследования, сформирована выборка и подобраны методики, направленные на диагностику корпоративной культуры.

Организация эмпирического исследования включает в себя следующие этапы:

I этап: организационный. Этап включает в себя определение места, времени, выборки испытуемых, соответствующих методик и формы проведения исследования. Каждому респонденту предоставляется бланк с заданием к методике.

II этап: сбор эмпирических данных. Путем обработки данных по отдельным диагностическим методикам и анкете составляются сводные таблицы результатов, полученные данные подвергаются статистической обработке. Также вычисляются показатели описательной статистики (меры центральной тенденции и разброс значений).

III этап: обработка полученных данных. Анализ и интерпретация полученных данных тестирования. Статистический анализ данных, оценка полученных результатов исследования.

IV этап: заключительный. На данном этапе формируется заключение, относительно проведенного исследования, разрабатываются рекомендации и делаются обобщающие выводы [1].

Теоретической и методологической основой исследования является: подход К. Камерон и Р. Куинн к выделению типов корпоративной культуры: клановая, адхократическая, рыночная и бюрократическая; модель корпоративной культуры Ф. Харриса и Р. Морана, в соответствии с которой «корпоративная культура формируется на основе десяти характеристик: осознание себя и своего места в организации, внешний вид на работе, привычки и традиции в употреблении пищи на работе сотрудниками, отношение к рабочему времени и его использование, взаимоотношения между людьми, ценности и нормы, вера во что-то, процесс развития работников и научение, трудовая этика и мотивирование» [6].

В качестве методов исследования корпоративной культуры организации на примере отдела МВД России по Кемеровской области (г. Березовский), структурных элементов корпоративной культуры и ее социально-психологических факторов формирования, предполагается использовать следующие методы исследования: анкетирование и тестирование с использованием психодиагностических методик.

– Анкетирование. В исследовании планируется использовать анкету, составленную на 10-ти основных характеристиках корпоративной культуры П. Харриса и Р. Морана. Анкетирование проводится по десяти базовым характеристикам корпоративной культуры:

- «осознание себя и своего места в организации;
- коммуникационная система и язык общения (использование устной, письменной, невербальной коммуникации);
- внешний вид, одежда и представление себя на работе (разнообразие униформ, опрятность);
- привычки и традиции в организации питания работников;

- осознание времени, отношение к нему и его использование (соблюдение распорядка);
- взаимоотношения между сотрудниками (по возрасту и полу, статусу и власти);
- ценности и нормы (что люди ценят в своем подразделении);
- вера во что-то (вера в руководство, успех, свои силы, справедливость, в этическое поведение);
- процесс развития сотрудников и обучение;
- трудовая этика и мотивирование» [6, с. 167].

– В качестве психодиагностических для изучения корпоративной культуры наиболее известен опросник OCAI, разработанный К. Камероном и Р. Куинном. Авторы создали «модель культуры четырех боксов, используемую для классификации организационных культур. Этот опросник предназначен для оценки шести ключевых измерений корпоративной культуры: важнейшие характеристики организации, общий стиль лидерства, управление сотрудниками, связующая сущность организации, стратегические цели и критерии успеха. На основании сочетания выделенных шести показателей в итоге можно выявить четыре типа корпоративных культур: клановый, адхократический, иерархический (бюрократический) и рыночный тип» [6, с. 172].

Клановый тип культуры «характеризуется дружелюбной и доверительной атмосферой в коллективе, члены которого чувствуют себя семьей. Клановые возникают, когда организация в первую очередь обращает внимание на внутренний мир и ценит оперативность. При таком сочетании ценностей организации ищут способы быстро и эффективно реагировать на изменения. Клановые ценят командную работу и сотрудничество. Они также часто чувствуют себя семьями, которых объединяет желание работать над достижением общих целей. Эти организации могут быть более сосредоточены и заинтересованы в своих внутренних результатах, таких как взаимодействие, чем во внешних результатах» [6, с. 173].

Адхократический тип культуры «характеризуется тем, что организации смотрят вовне и сосредоточены на гибкости и реагировании. Благодаря такому сочетанию ценностей организации ценят темп работы, инновации и принятие риска во имя быстрого продвижения к внешним потребностям. Эти организации объединяет желание экспериментировать, вводить новшества и быстро создавать. В результате они предприимчивы и стремятся создавать новое и находить новые пути к успеху. Хотя эти организации могут быстро расти и развиваться, они могут иметь меньший контроль над своей деятельностью и обеспечивать менее благоприятную среду, чем другие организации. Адхократическая культура подходит для творческих людей, поскольку в организациях с такой культурой ценятся инициативные, творческие люди с новаторскими идеями» [6, с. 173].

Очень формализованной считается иерархическая (другое ее название, бюрократическая) культура. В организациях с иерархическим типом культуры «строго регламентирована структура организации и деятельность сотрудников. Иерархия становится эффективной, когда организации смотрят внутрь себя и сосредоточены на стабильности и контроле. С помощью этих ценностей организации смотрят внутрь себя, чтобы обеспечить контроль и эффективность. Иерархия привносит структуру и строгость в операции через контролируемые операционные процессы. Они также обеспечивают бесперебойную, упорядоченную и контролируемую работу. Эти организации могут быть менее отзывчивыми к изменяющимся ситуациям» [6, с. 174].

Особенностью рыночной культуры является «наличие конкурентной среды, мотивирующей людей с определенным типом личности на индивидуальные успехи и достижения. В организациях с рыночной культурой во главе всего стоит план, который нужно выполнить при любых условиях, поскольку основная ориентация руководителей таких организаций на достижение результата» [6, с. 175].

– Для изучения одного из базовых факторов формирования корпоративной культуры в организации применяется методика «Определение

психологического климата группы» (автор Л.Н. Лутошкин). Методика представляет собой набор шкал, сотрудник отмечает степень выраженности позитивного либо негативного признака. По сумме оценок можно сделать вывод о благоприятном либо неблагоприятном климате в подразделении [4].

Для обработки полученных эмпирических данных были нами использованы:

- методы количественной обработки (подсчет процентных соотношений),
- методы статистической обработки (критерий корреляции Ч. Спирмена, однофакторный дисперсионный анализ, описательные статистики),
- интерпретационные методы.

2.2 Результаты исследования корпоративной культуры в Отделе МВД России по Кемеровской области города Березовский

По анкете П. Харриса и Р. Морана были получены данные по отдельным характеристикам корпоративной культуры в Отделе МВД России по Кемеровской области города Березовский. Данные представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристики корпоративной культуры в Отделе МВД России по Кемеровской области города Березовский

Ис п.	осознание себя и своего места в организации	коммуникационная система и язык общения	внешний вид	привычки и традиции в организации питания работников	осознание времени, отношение к нему и его использование	взаимоотношения между сотрудниками	ценности и нормы	вера во что-то (вера в руководство, успех, свои силы, справедливость)	процесс развития сотрудников и обучение	трудовая этика и мотивирование
1	9	7	7	7	8	8	9	7	8	8
2	9	8	6	5	5	9	5	9	9	5

Продолжение таблицы 1

Ис п.	осознание себя и своего места в организации	коммуникационная система и язык общения	внешний вид	привычки и традиции в организации питания работников	осознание времени, отношение к нему и его использование	взаимоотношения между сотрудниками	ценности и нормы	вера во что-то (вера в руководство, успех, свои силы, справедливость)	процесс развития сотрудников и обучение	трудовая этика и мотивирование
3	8	7	8	7	7	8	7	7	7	7
4	9	7	7	6	8	8	9	7	8	8
5	8	8	5	5	5	9	5	9	9	5
6	8	7	7	7	8	8	8	7	8	7
7	9	8	8	6	8	8	9	8	7	8
8	9	5	9	3	3	5	9	7	9	9
9	7	8	6	5	4	8	4	9	9	4
10	8	7	7	7	8	8	9	7	8	8
11	8	4	9	2	3	5	9	7	8	9
12	8	8	8	9	8	9	8	9	8	9
13	9	5	9	3	3	5	9	7	9	9
14	9	8	6	5	5	9	5	9	9	5
15	8	5	8	3	3	5	8	8	9	9
16	9	9	7	7	8	8	9	7	8	8
17	7	7	9	7	9	8	8	8	7	7
18	8	9	7	7	8	8	9	7	8	8
19	2	3	2	3	2	5	3	2	3	4
20	4	3	5	3	4	5	3	4	3	4
21	3	3	6	3	6	5	3	5	5	4
22	8	7	7	7	8	8	8	7	8	8
23	9	8	3	5	3	9	3	9	9	5
24	6	9	7	7	6	8	9	7	8	8
25	9	8	7	6	8	7	9	7	8	8
26	6	7	7	5	8	8	8	8	8	9
27	8	8	8	7	8	9	8	7	9	7
28	5	3	5	5	4	5	3	4	3	4
29	9	7	8	7	8	8	9	8	8	8
30	8	8	7	6	9	9	9	7	9	9
31	6	8	8	7	8	8	8	9	8	7
32	8	7	7	6	8	7	9	9	9	8
33	7	7	7	7	8	5	9	7	7	8
34	4	3	5	3	4	5	3	4	3	4
35	8	8	7	6	9	9	9	7	9	9
36	9	5	9	3	3	5	9	7	9	9
37	6	7	7	5	8	8	8	8	8	9
38	8	5	8	3	3	5	8	7	9	9
39	7	9	7	7	8	7	8	7	7	8
40	9	5	9	3	3	5	9	7	9	9
41	8	9	7	7	8	8	8	7	8	8
42	9	5	9	3	3	5	9	7	9	9
43	9	5	9	3	4	5	9	7	9	9

Продолжение таблицы 1

Ис п.	осознание себя и своего места в организации	коммуникационная система и язык общения	внешний вид	привычки и традиции в организации питания работников	осознание времени, отношение к нему и его использование	взаимоотношения между сотрудниками	ценности и нормы	вера во что-то (вера в руководство, успех, свои силы, справедливость)	процесс развития сотрудников и обучение	трудовая этика и мотивирование
44	8	3	9	4	3	5	8	7	8	8
45	8	9	7	7	8	8	9	7	8	8
46	9	8	6	5	5	9	5	9	9	5
47	9	7	8	7	8	8	9	8	8	8
48	8	8	7	6	9	9	9	7	9	9
49	6	8	8	7	8	8	8	9	8	7
50	8	7	7	6	8	7	9	9	9	8
51	8	8	4	5	4	9	5	9	9	3
52	9	5	9	3	3	5	9	7	9	9
53	9	3	9	4	3	5	9	8	8	9
54	8	3	9	3	3	5	9	6	9	8
55	9	9	7	7	8	8	9	7	7	8
56	9	5	9	3	3	5	9	7	9	9
57	7	9	7	7	8	8	9	7	8	8
58	9	5	9	3	3	5	9	7	9	9
59	8	6	9	3	4	3	9	8	8	9
60	8	5	9	4	3	5	9	8	8	8
ср	7,75	6,533333	7,283333	5,2	5,883333	6,933333	7,716667	7,2833333	7,9333333	7,5

По полученным данным были вычислены средние показатели и представлены на рисунке 1.

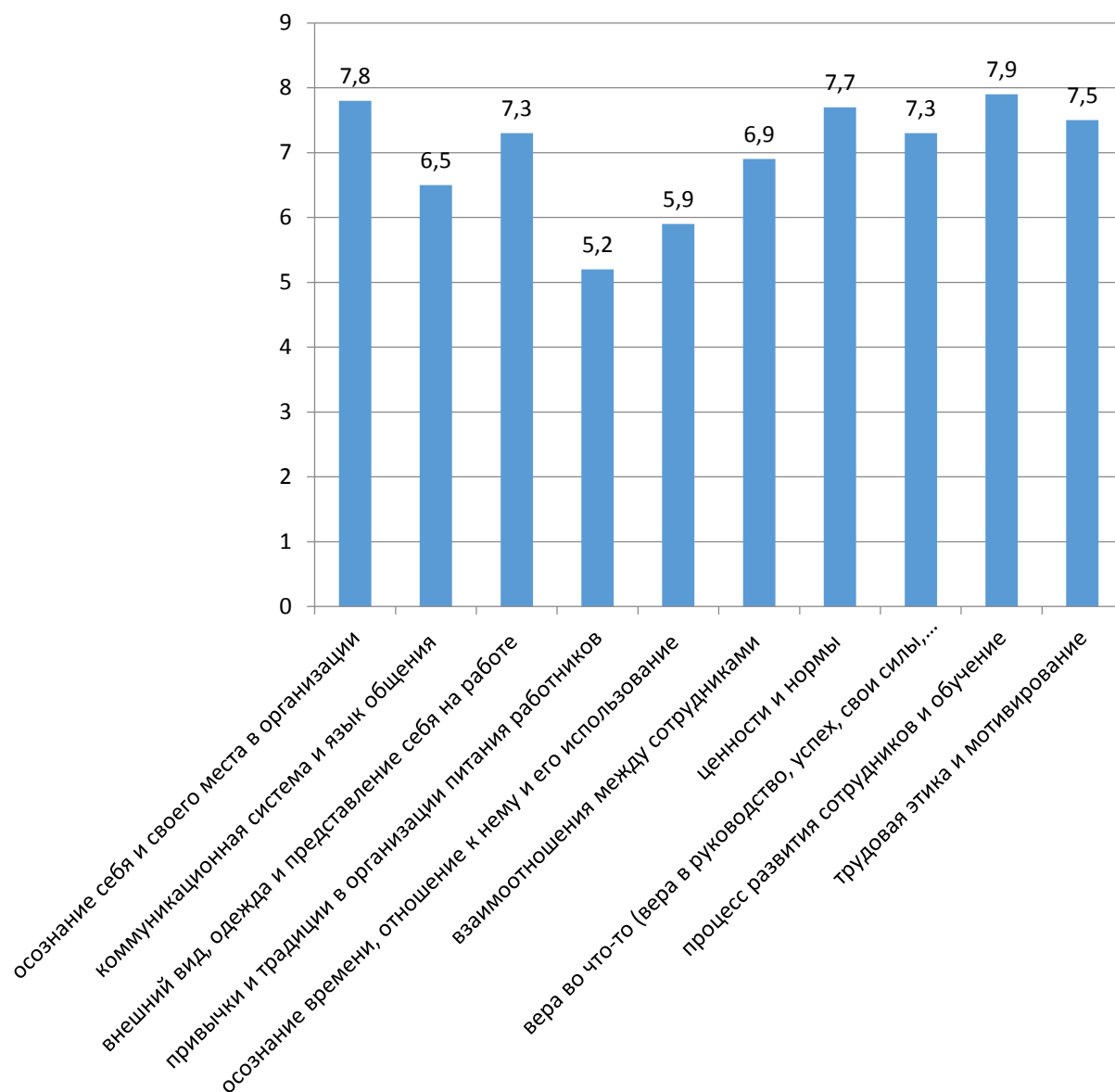


Рисунок 1 – Характеристики корпоративной культуры (средние баллы)

На основании представленных данных видно, что наиболее высокие показатели по следующим характеристикам корпоративной культуры: процесс развития сотрудников и обучение (7,9), осознание себя и своего места в организации (7,8), ценности и нормы (7,7).

Средний уровень выраженности по следующим характеристикам корпоративной культуры: трудовая этика и мотивирование (7,5), внешний вид (7,3), вера во что-то (7,3), взаимоотношения между сотрудниками (6,9).

Наиболее низкие показатели по следующим характеристикам корпоративной культуры: коммуникационная система и язык общения (6,5),

осознание времени и его использование (5,9), привычки и традиции в организации питания работников (5,2).

По опроснику OCAI, разработанный К. Камероном и Р. Куинном, были выявлены показатели доминирующего типа корпоративной культуры в Отделе МВД России по Кемеровской области города Березовский. Данные представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Показатели доминирующего типа корпоративной культуры в Отделе МВД России по Кемеровской области города Березовский

Исп.	Тип корпоративной культуры	Условное обозначение
1	клановая	1
2	адхократическая	2
3	клановая	1
4	клановая	1
5	адхократическая	2
6	клановая	1
7	клановая	1
8	иерархическая	3
9	адхократическая	2
10	клановая	1
11	иерархическая	3
12	клановая	1
13	иерархическая	3
14	адхократическая	2
15	иерархическая	3
16	клановая	1
17	клановая	1
18	клановая	1
19	рыночная	4
20	рыночная	4
21	рыночная	4
22	клановая	1
23	адхократическая	2
24	клановая	1
25	клановая	1
26	клановая	1
27	клановая	1
28	рыночная	4
29	клановая	1
30	клановая	1
31	клановая	1
32	клановая	1
33	клановая	1
34	рыночная	4

Продолжение таблицы 2

Исп.	Тип корпоративной культуры	Условное обозначение
35	клановая	1
36	иерархическая	3
37	клановая	1
38	иерархическая	3
39	клановая	1
40	иерархическая	3
41	клановая	1
42	иерархическая	3
43	иерархическая	3
44	иерархическая	3
45	клановая	1
46	адхократическая	2
47	клановая	1
48	клановая	1
49	клановая	1
50	клановая	1
51	адхократическая	2
52	иерархическая	3
53	иерархическая	3
54	иерархическая	3
55	клановая	1
56	иерархическая	3
57	клановая	1
58	иерархическая	3
59	иерархическая	3
60	иерархическая	3

На основании полученных данных можно заключить, что 31 сотрудник (52%) указали, что в их отделе преобладает клановый тип корпоративной культуры. Иерархический тип указали 17 сотрудников (28%). Адхократический тип указали 7 сотрудников (12%). Рыночный тип указали 5 сотрудников (8%).

Наглядно результаты методики оценки типа корпоративной культуры в процентных соотношениях представлены на рисунке 2.

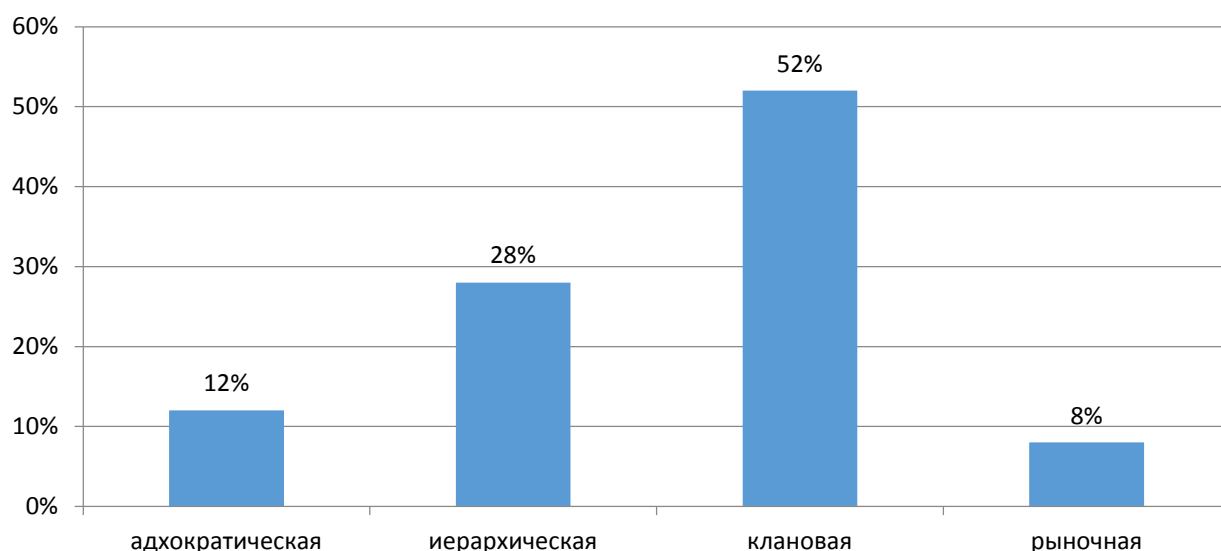


Рисунок 2 – Результаты методики оценки типа корпоративной культуры

Таким образом, большинство сотрудников Отдела МВД России по Кемеровской области города Березовский указывают на преобладающий клановый тип корпоративной культуры в их организации.

По опроснику А.Н. Лутошкина был вычислен показатель психологического климата и представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Результаты методики диагностики психологического климата

Исп.	Балл	Характеристика психологического климата
1	8	благоприятный
2	-8	неблагоприятный
3	16	благоприятный
4	2	благоприятный
5	2	благоприятный
6	13	благоприятный
7	4	благоприятный
8	-15	неблагоприятный
9	2	благоприятный
10	18	благоприятный
11	10	благоприятный
12	15	благоприятный
13	3	благоприятный
14	16	благоприятный

Продолжение таблицы 3

Исп.	Балл	Характеристика психологического климата
15	4	благоприятный
16	-4	неблагоприятный
17	-12	неблагоприятный
18	-4	неблагоприятный
19	-4	неблагоприятный
20	-8	неблагоприятный
21	4	благоприятный
22	14	благоприятный
23	12	благоприятный
24	14	благоприятный
25	9	благоприятный
26	11	благоприятный
27	8	благоприятный
28	-8	неблагоприятный
29	16	благоприятный
30	2	благоприятный
31	2	благоприятный
32	13	благоприятный
33	4	благоприятный
34	-15	неблагоприятный
35	2	благоприятный
36	18	благоприятный
37	10	благоприятный
38	15	благоприятный
39	3	благоприятный
40	16	благоприятный
41	4	благоприятный
42	-4	неблагоприятный
43	-12	неблагоприятный
44	-4	неблагоприятный
45	16	благоприятный
46	20	благоприятный
47	26	благоприятный
48	20	благоприятный
49	20	благоприятный
50	13	благоприятный
51	24	благоприятный
52	14	благоприятный
53	12	благоприятный
54	18	благоприятный
55	20	благоприятный

Продолжение таблицы 3

Исп.	Балл	Характеристика психологического климата
56	15	благоприятный
57	20	благоприятный
58	16	благоприятный
59	16	благоприятный
60	24	благоприятный

На основании полученных данных можно заключить, что 48 сотрудников (80%) оценили психологический климат в коллективе как благоприятный. Остальные 12 сотрудников (20%) оценили климат в коллективе как неблагоприятный.

Наглядно результаты методики оценки психологического климата по А.Н. Лутошкину в процентных соотношениях представлены на рисунке 3.

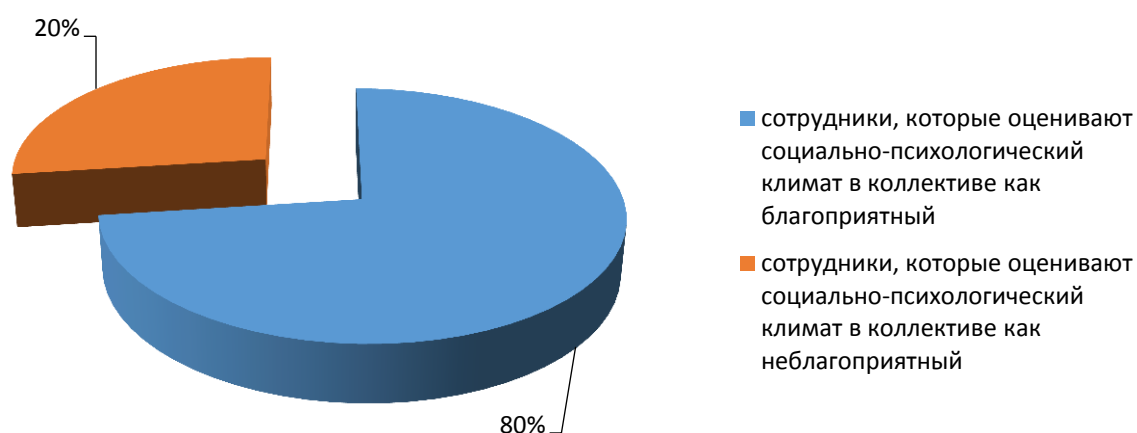


Рисунок 3 – Результаты методики оценки психологического климата по А.Н. Лутошкину

Таким образом, большинство сотрудников Отдела МВД России по Кемеровской области города Березовский оценивают психологический климат в коллективе как благоприятный.

2.3 Анализ корпоративной культуры Отдела МВД России по Кемеровской области города Березовский и социально-психологических факторов ее формирования

По анкете П. Харриса и Р. Морана были получены данные по отдельным характеристикам корпоративной культуры в Отделе МВД России по Кемеровской области города Березовский. Наиболее высокие показатели по следующим характеристикам корпоративной культуры: процесс развития сотрудников и обучение (7,9), осознание себя и своего места в организации (7,8), ценности и нормы (7,7).

Средний уровень выраженности по следующим характеристикам корпоративной культуры: трудовая этика и мотивирование (7,5), внешний вид (7,3), вера во что-то (7,3), взаимоотношения между сотрудниками (6,9).

Наиболее низкие показатели по следующим характеристикам корпоративной культуры: коммуникационная система и язык общения (6,5), осознание времени и его использование (5,9), привычки и традиции в организации питания работников (5,2).

По методике диагностики типа корпоративной культуры установлено, что 31 сотрудник (52%) указал, что в их отделе преобладает клановый тип корпоративной культуры. Клановый тип культуры «характеризуется дружелюбной и доверительной атмосферой в коллективе, члены которого чувствуют себя семьей. Клановые организации возникают, когда организация в первую очередь обращает внимание на внутренний мир и ценит оперативность. При таком сочетании ценностей организации ищут способы быстро и эффективно реагировать на изменения. Клановые организации ценят командную работу и сотрудничество. Они также часто чувствуют себя семьями, которых объединяет желание работать над достижением общих целей. Эти организации могут быть более сосредоточены и заинтересованы в своих внутренних результатах, таких как взаимодействие, чем во внешних результатах» [6, с. 173].

Иерархический тип указали 17 сотрудников (28%). Очень формализованной считается иерархическая культура. В организациях с иерархическим типом культуры строго регламентирована структура организации и деятельность сотрудников. Иерархия становится эффективной, «когда организации смотрят внутрь себя и сосредоточены на стабильности и контроле. С помощью этих ценностей организации смотрят внутрь себя, чтобы обеспечить контроль и эффективность. Иерархия привносит структуру и строгость в операции через контролируемые операционные процессы. Они также обеспечивают бесперебойную, упорядоченную и контролируемую работу. Эти организации могут быть менее отзывчивыми к изменяющимся ситуациям» [6, с. 173].

Адхократический тип указали 7 сотрудников (12%). Адхократический тип культуры характеризуется тем, что «организации смотрят вовне и сосредоточены на гибкости и реагировании. Благодаря такому сочетанию ценностей организации ценят темп работы, инновации и принятие риска во имя быстрого продвижения к внешним потребностям. Эти организации объединяет желание экспериментировать, вводить новшества и быстро создавать. В результате они предприимчивы и стремятся создавать новое и находить новые пути к успеху. Хотя эти организации могут быстро расти и развиваться, они могут иметь меньший контроль над своей деятельностью и обеспечивать менее благоприятную среду, чем другие организации. Адхократическая культура подходит для творческих людей, поскольку в организациях с такой культурой ценятся инициативные, творческие люди с новаторскими идеями» [6, с. 174].

Рыночный тип указали 5 сотрудников (8%). Особенностью рыночной культуры является «наличие конкурентной среды, мотивирующей людей с определенным типом личности на индивидуальные успехи и достижения. В организациях с рыночной культурой во главе всего стоит план, который нужно выполнить при любых условиях, поскольку основная ориентация руководителей таких организаций на достижение результата» [6, с. 174].

Результаты методики исследования психологического климата по А.Н. Лутошкину. Основные показатели психологического климата коллектива по А.Н. Лутошкину имеют высокий уровень выраженности. Следовательно, в данном коллективе взаимоотношения между сотрудниками являются позитивными. Редко происходят конфликты между членами коллектива. Коллектив сплоченный, ответственность распределяется равномерно, сотрудники стремятся к сохранению позитивных отношений с коллегами.

Сотрудники указали на следующие особенности взаимоотношений:

- сотрудники позитивно воспринимают своих коллег;
- большинство сотрудников воспринимают свой коллектив как сплоченный;
- большинство сотрудников удовлетворены отношениями с коллегами;
- сотрудники довольно часто проводят свой досуг совместно с коллегами.

Важнейшие признаки благоприятного эмоционально-психологического климата в служебном коллективе:

- «доверие и высокая требовательность членов группы друг к другу; доброжелательная и деловая критика;
- свободное выражение собственного мнения при обсуждении вопросов, касающихся всего коллектива;
- отсутствие давления руководителей на подчиненных и признание за ними права принимать значимые для группы решения;
- достаточная информированность членов коллектива о его задачах и состоянии дел при их выполнении;
- удовлетворенность принадлежностью к коллективу; высокая степень эмоциональной включенности и взаимопомощи в ситуациях, вызывающих состояние фрустрации (обмана, расстройства, разрушения планов) у кого-либо из членов коллектива;

– принятие на себя ответственности за состояние дел в группе каждым из ее членов» [4, с. 122].

Индикаторами неблагоприятного социально-психологического климата в служебном коллективе являются:

– «Низкий личный вклад членов коллектива в его развитие.

– Члены коллектива находятся в позиции пассивных наблюдателей за ухудшением деятельности организации, не предпринимая никаких усилий по исправлению ситуации. Никто не проявляет добровольной инициативы. Ошибки и проблемы привычно скрываются или замалчиваются.

– Посторонние факторы усложняют разрешение проблем. Статус и место в организационной иерархии имеют большее значение, чем разрешение проблем. Существует чрезмерная потребительская заинтересованность. Отношения между членами коллектива формально учтивы, маскируя существующие вопросы – особенно в отношении к руководителю. Честность и правдивость не поддерживаются.

– Решения принимаются узким кругом лиц.

– Принимать помощь со стороны не принято. Мотивы других людей рассматриваются с подозрением; руководитель способствует такой системе отношений.

– Конфликты в основном носят скрытый характер и направляются руководством, приобретая форму бесконечных взаимобвинений.

– Плохая работа скрывается или находит оправдание.

– Инновации являются уделом ограниченного круга лиц.

– Руководитель следит за тем, что могут думать в организации и ищет виноватых в неудачах» [4, с. 123].

С целью установления взаимосвязи между изучаемыми характеристиками корпоративной культуры и психологическим климатом в коллективе был применен метод ранговой корреляции Ч. Спирмена. Данные представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Корреляции между характеристиками корпоративной культуры и психологическим климатом

Характеристики корпоративной культуры	Статистические показатели	Психологический климат
осознание себя и своего места в организации	r (коэффициент корреляции)	0,188
	p	0,150
	N	60
коммуникационная система и язык общения	r (коэффициент корреляции)	0,165
	p	0,207
	N	60
внешний вид, одежда и представление себя на работе	r (коэффициент корреляции)	0,159
	p	0,224
	N	60
привычки и традиции в организации питания работников	r (коэффициент корреляции)	0,161
	p	0,220
	N	60
осознание времени, отношение к нему и его использование	r (коэффициент корреляции)	0,028
	p	0,833
	N	60
взаимоотношения между сотрудниками	r (коэффициент корреляции)	0,152
	p	0,246
	N	60
ценности и нормы	r (коэффициент корреляции)	0,355*
	p	,049
	N	60
вера во что-то (вера в руководство, успех, свои силы, справедливость)	r (коэффициент корреляции)	0,255*
	p	0,049
	N	60
процесс развития сотрудников и обучение	r (коэффициент корреляции)	0,174
	p	0,183
	N	60
трудовая этика и мотивирование	r (коэффициент корреляции)	0,136
	p	0,301
	N	60

Примечание: * - коэффициент корреляции значим при $p \leq 0,05$.

На основании проведенного корреляционного анализа установлена умеренная прямая связь между ценностями и нормами как характеристиками корпоративной культуры и психологическим климатом в отделе МВД ($r=0,355$ при $p=0,049$).

На основании проведенного корреляционного анализа установлена умеренная прямая связь между верой в руководство, успех, свои силы,

справедливость как характеристики корпоративной культуры и психологическим климатов в отделе МВД ($r=0,255$ при $p=0,049$).

Следовательно, такие характеристики корпоративной культуры, как приверженность сотрудников ценностям и нормам организации, а также вера в руководство, успех, свои силы, справедливость связаны с благоприятным психологическим климатом в организации.

Для выявления характеристик корпоративной культуры и показателя психологического климата, которые характерны для разных типов организационной культуры в отделе МВД был применен однофакторный дисперсионный анализ. Данные представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Результаты однофакторного дисперсионного анализа

Показатели		Суммы квадратов	df	Ср.кв.	F	p
климат	Между гр	1131,634	3	377,211	4,028	,012
	Внутри гр	5243,766	56	93,639	-	-
	общее	6375,400	59	-	-	-
осознание себя и своего места в организации	Между гр	101,379	3	33,793	43,136	,000
	Внутри гр	43,871	56	,783	-	-
	общее	145,250	59	-	-	-
коммуникационная система и язык общения	Между гр	188,212	3	62,737	107,371	,000
	Внутри гр	32,721	56	,584	-	-
	общее	220,933	59	-	-	-
внешний вид, одежда и представление себя на работе	Между гр	111,587	3	37,196	72,841	,000
	Внутри гр	28,596	56	,511	-	-
	общее	140,183	59	-	-	-
привычки и традиции в организации питания работников	Между гр	157,861	3	52,620	124,131	,000
	Внутри гр	23,739	56	,424	-	-
	общее	181,600	59	-	-	-
осознание времени, отношение к нему и его использование	Между гр	305,737	3	101,912	254,250	,000
	Внутри гр	22,447	56	,401	-	-
	общее	328,183	59	-	-	-
взаимоотношения между сотрудниками	Между гр	147,241	3	49,080	122,194	,000
	Внутри гр	22,493	56	,402	-	-
	общее	169,733	59	-	-	-
ценности и нормы	Между гр	224,450	3	74,817	266,298	,000
	Внутри гр	15,733	56	,281	-	-
	общее	240,183	59	-	-	-

Продолжение таблицы 5

Показатели		Суммы квадратов	df	Ср.кв.	F	p
вера во что-то (вера в руководство, успех, свои силы, справедливость)	Между гр	83,171	3	27,724	57,474	,000
	Внутри гр	27,013	56	,482		
	общее	110,183	59			
процесс развития сотрудников и обучение	Между гр	121,004	3	40,335	120,599	,000
	Внутри гр	18,729	56	,334		
	общее	139,733	59			
трудовая этика и мотивирование	Между гр	158,815	3	52,938	163,023	,000
	Внутри гр	18,185	56	,325		
	общее	177,000	59			

На основании проведенной статистической обработки установлены различия по всем характеристикам корпоративной культуры и психологическому климату, которые характерны для разных типов корпоративной культуры. Показатели описательной статистики представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Результаты описательной статистики по характеристикам корпоративной культуры и психологическому климату, которые характерны для разных типов корпоративной культуры

Тип корпоративной культуры		N	среднее	Ст.откл
климат	клановый тип	31	9,7742	8,58180
	адхократический	7	9,7143	11,45592
	иерархический	17	8,5882	11,33059
	рыночный	5	-6,2000	6,94262
	сумма	60	8,1000	10,39508
осознание себя и своего места в организации	клановый тип	31	7,8065	1,01388
	адхократический	7	8,4286	0,78680
	иерархический	17	8,5882	0,50730
	рыночный	5	3,6000	1,14018
	сумма	60	7,7500	1,56903

Продолжение таблицы 6

Тип корпоративной культуры		N	среднее	Ст.откл
коммуникационная система и язык общения	клановый тип	31	7,8065	0,83344
	адхократический	7	8,0000	0,00000
	иерархический	17	4,6471	0,86177
	рыночный	5	3,0000	0,00000
	сумма	60	6,5333	1,93511
внешний вид, одежда и представление себя на работе	клановый тип	31	7,3226	0,54081
	адхократический	7	5,1429	1,21499
	иерархический	17	8,8824	0,33211
	рыночный	5	4,6000	1,51658
	сумма	60	7,2833	1,54142
привычки и традиции в организации питания работников	клановый тип	31	6,6774	0,74776
	адхократический	7	5,0000	0,00000
	иерархический	17	3,1176	0,48507
	рыночный	5	3,4000	0,89443
	сумма	60	5,2000	1,75441
осознание времени, отношение к нему и его использование	клановый тип	31	8,0323	0,54674
	адхократический	7	4,4286	0,78680
	иерархический	17	3,1176	0,33211
	рыночный	5	4,0000	1,41421
	сумма	60	5,8833	2,35848
взаимоотношения между сотрудниками	клановый тип	31	7,9355	0,77182
	адхократический	7	8,8571	0,37796
	иерархический	17	4,8824	0,48507
	рыночный	5	5,0000	0,00000
	сумма	60	6,9333	1,69612
ценности и нормы	клановый тип	31	8,5806	0,56416
	адхократический	7	4,5714	0,78680
	иерархический	17	8,8235	0,39295
	рыночный	5	3,0000	0,00000
	сумма	60	7,7167	2,01765
вера во что-то (вера в руководство, успех, свои силы, справедливость)	клановый тип	31	7,5161	0,76902
	адхократический	7	9,0000	0,00000
	иерархический	17	7,1765	0,52859
	рыночный	5	3,8000	1,09545
	сумма	60	7,2833	1,36657

Продолжение таблицы 6

Тип корпоративной культуры		N	среднее	Ст.откл
процесс развития сотрудников и обучение	клановый тип	31	8,0000	0,63246
	адхократический	7	9,0000	0,00000
	иерархический	17	8,7059	0,46967
	рыночный	5	3,4000	,89443
	сумма	60	7,9333	1,53895
трудовая этика и мотивирование	клановый тип	31	8,0000	0,63246
	адхократический	7	4,5714	0,78680
	иерархический	17	8,8235	0,39295
	рыночный	5	4,0000	0,00000
	сумма	60	7,5000	1,73205

Таким образом, для кланового типа корпоративной культуры в качестве ведущих факторов его формирования выступают: благоприятный психологический климат, осознание времени, отношение к нему и его использование, взаимоотношения сотрудников, приверженность ценностям и нормам организации.

Для иерархического типа корпоративной культуры в качестве ведущих факторов его формирования выступают: благоприятный психологический климат, осознание себя и своего места в организации, внешний вид, одежда и представление себя на работе, приверженность ценностям и нормам организации, трудовая этика и мотивирование.

Для адхократического типа корпоративной культуры в качестве ведущих факторов его формирования выступают: благоприятный психологический климат, осознание себя и своего места в организации, коммуникационная система и язык общения, взаимоотношения между сотрудниками, вера во что-то (вера в руководство, успех, свои силы, справедливость), процесс развития сотрудников и обучение.

Для рыночного типа корпоративной культуры не были выявлены значимые факторы, поскольку в исследуемой организации данный тип корпоративной культуры слабо выражен.

Специфика корпоративной культуры в коллективах сотрудников Отдела МВД обусловлена особенностями самой профессиональной деятельности и современными условиями прохождения службы Отдела МВД.

Анализируя особенности рассматриваемой профессиональной деятельности, следует учитывать, что служба в Отделе МВД протекает в обстановке реальной опасности, сложных межличностных отношений, ненормированного рабочего дня, частых столкновений с различными проявлениями теневых сторон жизни и характеризуется постоянным эмоциональным напряжением сотрудников, которые несут высокую степень ответственности за свои действия.

Однако успех работы сотрудников Отдела МВД зависит от корпоративной культуры подразделения. В большинстве случаев требуется коллективно-кооперативная форма работы, основанная на началах тесного взаимодействия и взаимозависимости участников коллектива. В повышении успешности групповой деятельности немаловажная роль принадлежит именно корпоративной культуре в коллективе сотрудников.

Именно в коллективе сотрудников Отдела МВД наиболее значимыми факторами корпоративной культуры является ответственность каждого сотрудника, а также такие этические и моральные качества как долг, достоинство, совесть и честь. Важной является ответственность личности, как моральная, так и правовая. Общими для всех сопутствующих ответственности качеств являются нормативность личности, её лояльность к групповым стандартам и усердие в исполнении своих обязанностей. Быть ответственным – это, прежде всего, признавать и защищать ценности своего окружения, коллектива и содействовать реализации его целей, исполнять ролевые обязанности и быть готовым дать отчёт за свои действия.

2.4 Рекомендации по формированию и оптимизации корпоративной культуры Отдела МВД России по Кемеровской области города Березовский

Руководителям среднего и высшего звена можно предложить следующие рекомендации по формированию и оптимизации корпоративной культуры Отдела МВД России по Кемеровской области города Березовский в служебном коллективе:

- оказывать всемерное содействие руководству подразделений в мобилизации личного состава подразделения на выполнение оперативно-служебных задач;
- принимать активное участие в работе общественных формирований сотрудников, критично и справедливо оценивая проступки сослуживцев;
- обсуждение приказов, решений и действий старших начальников, реализуемых в пределах их полномочий;
- недопустимо распространение слухов, сплетен и другой непроверенной информации сомнительного характера;
- недопустимо предвзятое и необъективное отношение к коллегам;
- повышение организованности деятельности личного состава, снижение непроизводительных затрат сил и времени;
- совершенствование профессионализма сотрудников их служебного и должностного роста;
- подготовка с личным составом каких-либо нововведений, улучшающих показатели и уровень поощрения сотрудников.

Подготовка личного состава в служебных условиях зависит от «уровня, характера его образования, специфики деятельности служб, традиций проведения занятий. На них помимо доведения и комментирования новых нормативных документов требуется расширять профессиональный кругозор и способности сотрудников использовать активные методы по формированию и оптимизации корпоративной культуры Отдела МВД:

практические занятия, тренинги, учения. Оценка в ходе такой подготовки развивающихся навыков и умений персонала укрепляет его профессиональное самосознание, улучшает трудовой настрой. При этом наряду со специфическими заданиями руководство может ставить актуальные задачи общеколлективного обучения личного состава, например, подготовку сотрудников всех служб к действиям в обстоятельствах пребывания любого из них в заложниках, или подготовка к действиям в чрезвычайных ситуациях» [6, с. 121].

Затрагивая взаимоотношения сотрудников в подразделении, следует отметить полярность встречающихся там межличностных отношений. Для обеспечения необходимого качества отношений руководитель может использовать два основных механизма. Первый – создание практики более или менее активной оценки этических сторон взаимоотношений и общения сотрудников, воздействие на нарушителей этических норм. Второе – поддержка позитивных образцов и стандартов морального поведения персонала. Последнее предполагает постоянное проявления управленцем справедливости, порядочности, заботы о сослуживцах и тому подобное в качестве примеров соблюдения моральных требований.

Касаясь факторов, которые реализуются руководителем в большей мере через подчиненных для оптимизации социально-психологического климата, нужно отметить, прежде всего, подбор психологически совместимых членов рабочих групп, создание практики профессионально-психологической помощи персонала, положительных традиций в его профессиональной жизни.

Развитие иных положительных традиций профессиональной жизни не может ограничиваться мероприятиями, где отмечают памятные для персонала даты. Полезны традиции введения в профессию, признания профессионального роста и успехов в процессе службы, завершения профессиональной деятельности Отдела МВД России по Кемеровской

области города Березовский (подведения итогов и по возможности содействия трудоустройству бывших сотрудников).

Таким образом, привлечение различных социально-психологических методов работы с личным составом способствует эффективности мер по формированию и оптимизации корпоративной культуры Отдела МВД России по Кемеровской области города Березовский.

Выводы по второй главе

По анкете П. Харриса и Р. Морана были получены данные по отдельным характеристикам корпоративной культуры в Отделе МВД России по Кемеровской области города Березовский. Наиболее высокие показатели по следующим характеристикам корпоративной культуры: процесс развития сотрудников и обучение (7,9), осознание себя и своего места в организации (7,8), ценности и нормы (7,7).

По методике диагностики типа корпоративной культуры установлено, что в организации преобладает клановый и иерархический тип корпоративной культуры. Клановый тип культуры характеризуется дружелюбной и доверительной атмосферой в коллективе, члены которого чувствуют себя семьей. Клановые возникают, когда организация в первую очередь обращает внимание на внутренний мир и ценит оперативность. В организациях с иерархическим типом культуры строго регламентирована структура организации и деятельность сотрудников. Иерархия становится эффективной, когда организации смотрят внутрь себя и сосредоточены на стабильности и контроле.

Основные показатели психологического климата коллектива по А.Н. Лутошкину имеют высокий уровень выраженности. Следовательно, в данном коллективе взаимоотношения между сотрудниками являются позитивными. Редко происходят конфликты между членами коллектива.

Коллектив сплоченный, ответственность распределяется равномерно, сотрудники стремятся к сохранению позитивных отношений с коллегами.

Такие характеристики корпоративной культуры, как приверженность сотрудников ценностям и нормам организации, а также вера в руководство, успех, свои силы, справедливость связаны с благоприятным психологическим климатом в организации.

Для кланового типа корпоративной культуры в качестве ведущих факторов его формирования выступают: благоприятный психологический климат, осознание времени, отношение к нему и его использование, взаимоотношения сотрудников, приверженность ценностям и нормам организации. Для иерархического типа корпоративной культуры в качестве ведущих факторов его формирования выступают: благоприятный психологический климат, осознание себя и своего места в организации, внешний вид, одежда и представление себя на работе, приверженность ценностям и нормам организации, трудовая этика и мотивирование. Для адхократического типа корпоративной культуры в качестве ведущих факторов его формирования выступают: благоприятный психологический климат, осознание себя и своего места в организации, коммуникационная система и язык общения, взаимоотношения между сотрудниками, вера во что-то (вера в руководство, успех, свои силы, справедливость), процесс развития сотрудников и обучение. Для рыночного типа корпоративной культуры не были выявлены значимые факторы, поскольку в исследуемой организации данный тип корпоративной культуры слабо выражен.

Заключение

Подводя итоги проведенной работы, целью которой являлся анализ структурных элементов корпоративной культуры и ее социально-психологических факторов формирования (на примере отдела МВД России по Кемеровской области г. Березовский).

Задачи, предполагаемые для достижения цели:

- раскрыть сущность понятия и значение корпоративной культуры организации;
- описать социально-психологические факторы формирования корпоративной культуры, ее структурные элементы;
- охарактеризовать методы исследования корпоративной культуры организации;
- провести эмпирическое исследование корпоративной культуры Отдела МВД России по Кемеровской области г. Березовский и социально-психологических факторов ее формирования;
- разработать рекомендации по формированию и оптимизации корпоративной культуры Отдела МВД России по Кемеровской области г. Березовский.

Рассмотрев и изучив научную литературу по вопросам исследования теоретической части квалификационной работы сделаны следующие выводы:

- под корпоративной культурой понимается набор традиций, мифов и символов, которые информируют сотрудников о существующих ценностях и установках в организации. Также корпоративная культура включает систему приобретенных в организации правил, ценностей, принципов и установок, которые разделяются ее сотрудниками;
- социально-психологическими факторами формирования корпоративной культуры в структурных отделах и подразделениях МВД является содействие адаптации новых сотрудников, налаженное управленческое взаимодействие, сплоченность коллектива, сформированные

у сотрудников система ценностей выполнения своей профессиональной деятельности, чувство долга и ответственности. К структурным элементам корпоративной культуры МВД и его подразделений относится миссия, история организации, принципы работы организации, ценности и нормы, символика, традиции в организации;

– в качестве методов изучения корпоративной культуры МВД и отдельных подразделений относится изучение документации, анкетирование, тестирование. В качестве методов исследования корпоративной культуры организации на примере отдела МВД России по Кемеровской области (г. Березовский), структурных элементов корпоративной культуры и ее социально-психологических факторов формирования, предполагается использовать анкету, основанную на модели корпоративной культуры П. Харриса и Р. Морана, методику диагностики типа корпоративной культуры К. Камерона и Р. Куинна, методику оценки социально-психологического климата в коллективе А.Н. Лутошкина.

По результатам проведённого эмпирического исследования корпоративной культуры Отдела МВД России по Кемеровской области г. Березовский и в ходе изучения социально-психологических факторов ее формирования были получены следующие данные.

По анкете П. Харриса и Р. Морана были получены данные по отдельным характеристикам корпоративной культуры в Отделе МВД России по Кемеровской области города Березовский. Наиболее высокие показатели по следующим характеристикам корпоративной культуры: процесс развития сотрудников и обучение (7,9), осознание себя и своего места в организации (7,8), ценности и нормы (7,7).

По методике диагностики типа корпоративной культуры установлено, что в организации преобладает клановый и иерархический тип корпоративной культуры. Клановый тип культуры характеризуется дружелюбной и доверительной атмосферой в коллективе, члены которого чувствуют себя семьей. Клановые возникают, когда организация в первую

очередь обращает внимание на внутренний мир и ценит оперативность. В организациях с иерархическим типом культуры строго регламентирована структура организации и деятельность сотрудников. Иерархия становится эффективной, когда организации смотрят внутрь себя и сосредоточены на стабильности и контроле.

Основные показатели психологического климата коллектива по А.Н. Лутошкину имеют высокий уровень выраженности. Следовательно, в данном коллективе взаимоотношения между сотрудниками являются позитивными. Редко происходят конфликты между членами коллектива. Коллектив сплоченный, ответственность распределяется равномерно, сотрудники стремятся к сохранению позитивных отношений с коллегами.

Такие характеристики корпоративной культуры, как приверженность сотрудников ценностям и нормам организации, а также вера в руководство, успех, свои силы, справедливость связаны с благоприятным психологическим климатом в организации.

Для кланового типа корпоративной культуры в качестве ведущих факторов его формирования выступают: благоприятный психологический климат, осознание времени, отношение к нему и его использование, взаимоотношения сотрудников, приверженность ценностям и нормам организации. Для иерархического типа корпоративной культуры в качестве ведущих факторов его формирования выступают: благоприятный психологический климат, осознание себя и своего места в организации, внешний вид, одежда и представление себя на работе, приверженность ценностям и нормам организации, трудовая этика и мотивирование. Для адхократического типа корпоративной культуры в качестве ведущих факторов его формирования выступают: благоприятный психологический климат, осознание себя и своего места в организации, коммуникационная система и язык общения, взаимоотношения между сотрудниками, вера во что-то (вера в руководство, успех, свои силы, справедливость), процесс развития сотрудников и обучение. Для рыночного типа корпоративной

культуры не были выявлены значимые факторы, поскольку в исследуемой организации данный тип корпоративной культуры слабо выражен.

Ценность проведенной работы заключается в разработанных практических рекомендациях по формированию и оптимизации корпоративной культуры Отдела МВД России по Кемеровской области г. Березовский. Так, касаясь факторов, которые реализуются руководителем в большей мере через подчиненных для оптимизации социально-психологического климата, нужно отметить прежде всего подбор психологически совместимых членов рабочих групп, создание практики профессионально-психологической помощи персонала, положительных традиций в его профессиональной жизни.

Развитие иных положительных традиций профессиональной жизни не может ограничиваться мероприятиями, где отмечают памятные для персонала даты. Полезны традиции введения в профессию, признания профессионального роста и успехов в процессе службы, завершения профессиональной деятельности Отдела МВД России по Кемеровской области города Березовский (подведения итогов и по возможности содействия трудоустройству бывших сотрудников).

Привлечение различных социально-психологических методов работы с личным составом способствует эффективности мер по формированию и оптимизации корпоративной культуры Отдела МВД России по Кемеровской области города Березовский.

Таким образом, поставленные задачи работы выполнены, цель достигнута, гипотеза подтверждена.

Список используемой литературы

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / пер. англ. под ред. С. К. Мордовина. СПб. : Питер, 2004. 832 с.
2. Березин Г. Н. Организационная культура в органах внутренних дел Российской Федерации // Социология власти. 2011. № 4. С. 53-59.
3. Василенко С. В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом. М. : Изд-во Дашков и Ко, 2009. 132 с.
4. Ветошкина Т. В. Влияние корпоративной культуры на мотивацию персонала // Кадровик. Кадровый менеджмент. 2008. № 9. С. 20-24.
5. Высыпкова Ю. С. Организационная культура государственных гражданских служащих: ее значение, структура и роль формирования в высшей школе // Педагогика высшей школы. 2016. № 1. С. 83-87.
6. Гаврикова С. А. Механизм трансформации корпоративной культуры на разных этапах жизненного цикла организации // Управление человеческим потенциалом. 2006. № 4. С. 266-279.
7. Грошев И. В. Организационная культура. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 535 с.
8. Дафт Р. Менеджмент. СПб. : Питер, 2002. 832 с.
9. Денисова Е. А. Организация самостоятельной работы студентов. Тольятти: ТГУ, 2016. 78 с.
10. Евтихов О. В. Организационная культура вуза МВД России // Вестник Сибирского юридического института МВД России. 2018. № 3(32). С. 76-84.
11. Ермолаев В. В. К вопросу специфики функций организационной культуры органов внутренних дел: институциональный анализ // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Социология. Педагогика. Психология. 2020. Т. 6 (72). № 3. С. 86-98.

12. Ермолаев В. В. Организационная культура органов внутренних дел России: социально-психологические особенности формирования и развития. Воронеж: Воронежский институт МВД России, 2012. 331 с.
13. Ермолаев В. В. Управление организационной культурой органов внутренних дел: социально-психологические вызовы к трансформации: Монография. М. : «Спутник+», 2015. 273 с.
14. Ефремова Е. Е. Корпоративная культура и система мотивации // Менеджер по персоналу. 2012. №1. С. 32-51.
15. Жемчугов А. М. Эффективность организации – единство целей, стратегии и структуры // Проблемы экономики и менеджмента. 2012. № 2. С. 6-12.
16. Климова В. А. Пути совершенствования мотивационного механизма организации // Российский внешнеэкономический вестник. 2009. № 7. С. 70-74.
17. Козлов В. В. Корпоративная культура. М. : Альфа-Пресс, 2009. 304 с.
18. Кораблев С. Е. Организация взаимодействия полицейских структур и населения: психологические аспекты: монография. Воронеж: Воронежский институт МВД России, 2016. 209 с.
19. Лаптев В. А. Корпоративное право. Правовая организация корпоративных систем: монография. М. Проспект, 2019. 384 с.
20. Латышева В. В. Влияние корпоративной культуры на мотивацию персонала к труду // Транспортное дело России. 2016. № 3. С.64-66.
21. Лемке М. К. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации. М. : Мир, 2016. 653 с.
22. Логвинова Т. В. Особенности организационной культуры государственной службы // Ученые записки тамбовского отделения РОСМУ. Тамбов: «Российский союз молодых ученых». 2017. № 8. С. 134-139.
23. Мальченков Е. В. Развитие профессиональной компетентности сотрудников уголовного розыска в процессе адаптации к условиям службы

в ОВД. Барнаул: Барнаульский юридический институт МВД России, 2011. 184 с.

24. Могутнова Н. Н. Корпоративная культура: понятие, подходы // Социологические исследования. 2005. №4. С. 130-136.

25. Мурашов М. Корпоративная культура: западная практика // Кадровый менеджмент. 2006. № 9. С. 29-32.

26. Некрасов И. С. Социально-психологические условия развития организационной культуры подразделений силовых структур: Автореф. дисс.канд.психол.наук. М., 2017. 24 с.

27. Нравственность и право: реальность и перспективы взаимодействия: сборник научных трудов / отв. ред. В. М. Артемов, О. Ю. Рыбаков. М. : РГ-Пресс, 2019. 112 с.

28. О службе в органах внутренних дел Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: федер. закон Российской Федерации от 30 ноября 2011 г. № 342-ФЗ.

29. Отдел МВД России по г. Березовскому [электронный ресурс]. Режим доступа : [https:// 42.mvd.rf](https://42.mvd.rf) (дата доступа : 20.12.2022).

30. Панова В. А., Месропян М. А., Семенова Н. К. Формирование организационной культуры и достижение целей организации в современных российских компаниях // Молодой ученый. 2016. № 10. С. 14-16.

31. Первакова Е. Методы количественной диагностики эффективной корпоративной культуры // Социальная политика и социальное партнерство. 2012. №2. С. 45-52.

32. Петрова А. С., Шелепова М. А. Нравственно-этическое воспитание сотрудников правоохранительных органов. Тюмень: Тюменский институт повышения квалификации сотрудников МВД России, 2010. 93 с.

33. Положение об Отделе Министерства внутренних дел Российской Федерации по городу Березовскому [электронный ресурс]. Режим доступа:

[https:// 42.мвд.рф/правоустанавливающие-документы](https://42.мвд.рф/правоустанавливающие-документы) (дата доступа : 20.12.2022).

34. Простяков В. В. Психологические требования к личности и профессиональной деятельности сотрудника органов внутренних дел // Юридическая психология. 2012. № 1. С. 27-32.

35. Реан А. А. Психология и психодиагностика личности. Теория, методы исследования, практикум. СПб.: Прайм-Еврознак, 2006. 255с.

36. Рогачева О. В. Корпоративная культура и внутрифирменная социальная политика // Журнал исследований социальной политики. 2005. № 3. С. 347-366.

37. Семенченко Т. В., Коваленко Б. Б. Корпоративная культура - фактор успеха в предпринимательской деятельности // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2014. №3. С.22-28.

38. Собчик Л.Н. О проблемах создания корпоративной культуры в российских компаниях. Царское ли это дело? (из опыта работы с крупнейшими коммерческими организациями) // Московский психологический журнал. 2007. № 2. С. 28-36.

39. Спивак В. А. Корпоративная культура. СПб. : Издательский дом «Нева», 2004. 224с.

40. Статный В. М. Применение технологий профайлинга в деятельности органов внутренних дел: монография. М.: ДГСК МВД России, 2014. 120 с.

41. Сумина Н. Е. Профессионально-психологическая компетентность сотрудников уголовно-исполнительных инспекций // Юридическая психология. 2011. № 3. С. 40-44.

42. Тутуков А. Ю., Тенгизова Ж. А. Профессиональная адаптация сотрудников ОВД в новых условиях профессиональной деятельности. Краснодар: Краснодарский университет МВД России, 2014. 84 с.

43. Федеральный закон от 30.11.2011 N 342-ФЗ (ред. от 03.08.2018) «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
44. Федеральный закон от 7 февраля 2011 г. N 3-ФЗ «О полиции».
45. Федотов А. Ю., Медведев И. Н. Эмоциональные состояния, негативно влияющие на профессиональную деятельность сотрудников ОВД, и их преодоление. М. : ДГСК МВД России, 2014. 120 с.
46. Фомин А. В. Роль корпоративной культуры в формировании основных принципов мотивации труда в организации: автореф. дисс. кандидата социологических наук. М., 2009. 37 с.
47. Хашумов М. А. Проблема нравственности в отечественной психологии: подходы к пониманию и значение в жизни личности // Вестник Краснодарского университета МВД России. 2016. № 1. С.231-235.
48. Цветков В. Л. Психология в деятельности сотрудников органов внутренних дел. М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2017. 217 с.
49. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. И. И. Малкова. СПб. : Питер, 2013. 351 с.
50. Шинкаренко О. Н. Корпоративная культура: мифы и реальность // Кадры предприятия. 2011. № 9. С. 31-39.
51. Якимова З. В., Николаева В. И. Организационная и корпоративная культура. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2012. 172 с.