

ორგანიზაციული კულტურა და პერსონალის მოტივაცია

რეზიუმე

ნაშრომის ძირითად მიზანს სამშენებლო ორგანიზაციებში ორგანიზაციული კულტურის, ჯგუფის ფსიქოლოგიური მიკრო კლიმატისა და თანამშრომელთა მოტივაციის (შიდა მოტივაცია, გარე დადებითი მოტივაცია, გარე უარყოფითი მოტივაცია) ცვლადებს შორის ურთიერთკავშირის დადგენა იყო.

კვლევა ჩატარდა ქ. თბილისში მოქმედი სამშენებლო ორგანიზაციებში, სულ გამოკითხულ იქნა 122 თანამშრომელი. კვლევის მეთოდებათ გამოყენებულ იქნა ორგანიზაციული კულტურის დიაგნოსტიკის კითხვარი, პროფესიული მოტივაციის შესწავლის მეთოდის და ჯგუფის ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატის შეფასების სკალა. შერჩევა მოხდა შემთხვევითი წესით, ცდის პირთა ასაკი 18-დან 65 წლამდე ვარიირებდა.

მიღებული მონაცემების საფუძველზე გაკეთდა კვლევის ემპირიული ანალიზი, რომლის მიხედვით დადგინდა ქართულ სამშენებლო ორგანიზაციებში დომინანტური ორგანიზაციული კულტურის ფორმები რეალობისა და სასურველობის მიხედვით.

გამოიკვეთა ჯგუფში ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატის ძირითადი ფსიქოლოგიური მახასიათებლები. ასევე გამოვლინდა შიდა მოტივაციის, გარე დადებითი მოტივაციის და გარე უარყოფითი მოტივაციის მოქმედების თავისებურებები.

კორელაციური ანალიზის საფუძველზე კი დადგინდა აღნიშნულ ცვლადებს შორის სტატისტიკური მნიშვნელობის კავშირები.

საკვანძო სიტყვები: ორგანიზაციული კულტურა; შიდა მოტივაცია; გარე დადებითი მოტივაცია; გარე უარყოფითი მოტივაცია.

ORGANIZATIONAL CULTURE AND STAFF MOTIVATION

Kakhi Kopaliani
Doctor of Psychology, Professor
at Sokhumi State University

RESUME

The main purpose of this work was to determine the relationship between organizational culture, group microclimate and employee motivation (internal motivation, external positive motivation, external negative motivation) in construction organizations.

The study was conducted in Tbilisi in construction organizations. A total of 122 employees were interviewed. The research method used organizational culture diagnostic questionnaire, professional motivation study methodology, and group micro-climate assessment scale. The sample was



კახი კოპალიანი
ფსიქოლოგიის დოქტორი, სოხუმის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის პროფესორი

randomly selected, ranging in age from 18 to 65 years.

On the basis of the obtained data, an empirical analysis of the research was carried out to determine the forms of dominant organizational culture in Georgian construction organizations based on reality and desirability. The main psychological characteristics of the psychological microclimate in the group were identified. The characteristics of internal motivation, external positive motivation and external negative motivation were also revealed. On the basis of correlational analysis, statistical relationships between these variables were determined.

Keywords: organizational culture; Intrinsic motivation; External positive motivation; External negative motivation.

* * * *

გლობალური ცვლილებების ფონზე ორგანიზაციებს ფუნქციონირება უწევთ საკმაოდ კონკურენტულ გარემოში. მათი ერთ-ერთი ძირითადი იარაღი არის ადამიანური რესურსი, რომლის სწორად და ეფექტიანად გამოყენებაც არც თუ ისე მარტივი ამოცანაა.

ორგანიზაციის ფუნქციონირების პროცესში იქმნება ორგანიზაციული კულტურა, რომელიც პერსონალის მოტივირების და განვითარების ერთ-ერთი ყველაზე ქმედითუნარიანი ინსტრუმენტია. იგი ყველა კატეგორიის თანამშრომლისათვის გაერთიანების საფუძველთა საფუძველად. განსაზღვრავს კავშირის სიმყარეს სხვადასხვა სტრუქტურული ქვეგანყოფილების თანამშრომელთა შორის, რათა დაამყარონ ერთმანეთთან კომუ-

ორგანიზაციული კულტურის ტიპები რეალობისა და სასურველობის მიხედვით

ორგანიზაციული კულტურა	რეალობა	სასურველობა
კლანური	28,9	31,9
ადჰოკრაციული	22,3	20,5
იერარქიული	23,1	21,1
საბაზრო	25,7	26,5

ნიკაცია და შექმნან ჯგუფში მისაღები ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატი.

ორგანიზაციულ მენეჯმენტში ასევე წინ ნამოინია მოტივაციის როლმა. ის ერთ-ერთი განმსაზღვრელი ფაქტორია ადამიანური რესურსის ეფექტურად გამოყენებისათვის. უმოტივაციოდ პიროვნება ვერ იმუშავებს ენთუზიაზმით და თავის შესაძლებლობებს მაქსიმალურად არ გამოიყენებს. ორგანიზაციისადმი ერთგული თანამშრომლები, სწორად წარმართული მენეჯმენტი, მარკეტინგული სტრატეგია, ხარისხიანი პროდუქცია და მომსახურების მაღალი დონე კომპანიის კეთილდღეობის საწინდარია.

შესაბამისად კვლევის ძირითად მიზანად სამშენებლო ორგანიზაციებში ორგანიზაციული კულტურის, ჯგუფის ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატისა და თანამშრომელთა მოტივაციის (შიდა მოტივაცია, გარე დადებითი მოტივაცია, გარე უარყოფითი მოტივაცია) ცვლადებს შორის ურთიერთკავშირის დადგენა დავისახეთ.

კვლევა ჩატარდა ქ. თბილისში მოქმედ სამშენებლო ორგანიზაციებში. გამოკითხულ იქნა 122 თანამშრომელი. ცდის პირთა ასაკი ვარირებდა 18-დან 65 წლამდე. შერჩევა შემთხვევითი წესით იყო ფორმირებული.

სქესი: მდედრობითი _ 44 ადამიანი (36%)

მამრობითი _ 78 ადამიანი (64%)

ორგანიზაციაში მუშაობის გამოცდილება: 1 წლიდან 10 წლამდე

განათლება: უმაღლესი _ 79 ადამიანი (65%)

ტექნიკური _ 28 ადამიანი (23%)

საშუალო _ 15 ადამიანი (12%)

კვლევის მეთოდების ბლოკი შემდეგი ინსტრუმენტებისაგან შედგებოდა:

➤ ორგანიზაციული კულტურის საკვლევი კ. კამერონისა და რ. კუინის „ორგანიზაციული კულტურის დიაგნოსტიკის კითხვარი“, რომლის მონაცემების ანალიზის საფუძველზე ორგანიზაციული კულტურის ოთხი ტიპი გამოიყოფა:

➤ A – კლანური ორგანიზაციული კულტურა¹;

➤ B – ადჰოკრაციული ორგანიზაციული კულტურა²;

➤ C – საბაზრო ორგანიზაციული კულტურა³;

➤ D – ბიუროკრაციული ორგანიზაციული კულტურა⁴.

➤ პროფესიული მოტივაციის შესწავლის მეთოდიკა (ავტორი – კ. ზამფირი, მოდიფიცირებულია ა. რენის მიერ). მეთოდიკა ეფუძნება შიდა და გარე მოტივაციის კონცეფციას.

➤ ჯგუფის ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატის შეფასების სკალა (ფიდლერის მიხედვით). ცხრილში მოყვანილია მიკროსოციალური ჯგუფის ცხოვრების ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატის 10 ალტერნატიული მაჩასიათბელი.

ორგანიზაციული კულტურის ტიპებისა და მოტივაციური ფაქტორების კვლევის ემპირიული ანალიზი. კვლევის პირველ ეტაპზე გაირკვა სამშენებლო ორგანიზაციების კულტურის არსებული (ამჟამინდელი, რეალური) და სასურველი ტიპები (ცხრილი 1).

როგორც შედეგებიდან ჩანს სამშენებლო ორგანიზაციაში, ცდისპირთა გამოკითხვის მონაცემების თანახმად, რეალობის მიხედვით პირველ ადგილზეა ორგანიზაციული კულტურის კლანური ტიპი (28,9). რაც შეეხება კულტურის დანარჩენ ტიპებს ისინი შემდეგნაირად გადანაწილდა: საბაზრო ორგანიზაციული კულტურა (25,7), იერარქიული ორგანიზაციული კულტურა (23,1), ადჰოკრაციული ორგანიზაციული კულტურა (22,3).

გამოკითხვის მონაცემების თანახმად, სასურველობის მიხედვითაც პირველ ადგილზეა ორგანიზაციული

2 ადჰოკრაციული ორგანიზაციული კულტურა გულისხმობს აქტიურ სამეწარმეო და შემოქმედებით მუშაობას. საერთო მიზნისა და წარმატების მისაღწევად თანამშრომლები მზად არიან განიონ რისკი და გაიღონ მსხვერპლი. ასეთი ტიპის ორგანიზაციისთვის მისაღებია თავისუფლება, შემოქმედება და პირადი ინიციატივა. (ბიუროკრატული მართვის სტილის საპირისპირო ფორმა, რომელიც უგულვებლყოფს მენეჯმენტის კლასიკურ პრინციპებს).

3 საბაზრო ორგანიზაციული კულტურა ორიენტირებულია შედეგის მიღწევაზე. ძირითადი ამოცანა – დასახული მიზნების განხორციელება. მსგავსი ორგანიზაციის თანამშრომლები ყოველთვის მიზანდასახულნი არიან და ერთმანეთს ეჯიბრებიან. ორგანიზაციის მიზანი გამარჯვებაა, ძირითადი ფასეულობა კი – წარმატება და რეპუტაცია.

4 ბიუროკრაციული ორგანიზაციული კულტურა გვხვდება ფორმალურ და სტრუქტურირებულ ორგანიზაციებში მუშაკთა საქმიანობას პროცედურები მართავს. გამაერთიანებელი ფაქტორია ოფიციალური პოლიტიკა და ფორმალური წესები.

1 კლანური ორგანიზაციული კულტურა გულისხმობს მეგობრულ კოლექტივს, სადაც თითოეულ წევრს ბევრი საერთო აქვს. ასეთი ტიპის ორგანიზაციული კულტურის მუშაობის პრინციპი აგებულია გუნდურ მუშაობასა და ურთიერთშეთანხმებაზე.

კულტურის კლანური ტიპი (31,9), შემდეგ მოდის საბაზრო ორგანიზაციული კულტურა (26,5), შემდეგ იერარქიული ორგანიზაციული კულტურა (21,1) და ბოლოს ადპოკრატიული ორგანიზაციული კულტურა (20,5).

საერთო ანალიზმა უჩვენა, რომ კლანური და საბაზრო ორგანიზაციული კულტურის მონაცემები სასურველობის მიხედვით აღემატება რეალობის მონაცემებს, ხოლო რეალობის მიხედვით ადპოკრატიული და იერარქიული ორგანიზაციული კულტურის მონაცემები აღემატება სასურველობის მონაცემებს.

კვლევის შემდეგი ეტაპი იყო შიდა მოტივაციის, გარე დადებითი მოტივაციისა და გარე უარყოფითი მოტივაციის მიმართულებით ჩატარებული ტესტირების მიხედვით მიღებული სიხშირეების საშუალო მაჩვენებელთა ანალიზი. მონაცემების საფუძველზე გაირკვა, რომ სამშენებლო ორგანიზაციებში ჭარბობს გარე უარყოფითი მოტივაცია, შემდეგ მოდის გარე დადებითი მოტივაცია და ყველაზე დაბალი მაჩვენებელი აქვს შიდა მოტივაციას (**ცხრილი 2**).

მონაცემების დამუშავების შემდეგ საფეხურზე შიდა მოტივაციის, გარე დადებითი მოტივაციის და გარე უარყოფითი მოტივაციის მაჩვენებლების ანალიზი მოვახდინეთ მმართველი რგოლისა და სამშენებლო ობიექტზე დასაქმებული პერსონალის მიხედვით. მიღებული შედეგების საფუძველზე შემდეგი სურათი გამოიკვეთა. მმართველი რგოლისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანია გარე უარყოფითი მოტივაცია, შემდეგ მოდის შიდა მოტივაცია და ყველაზე ნაკლებ მნიშვნელობას ანიჭებენ გარე დადებითი მოტივაციას.

სამშენებლო ობიექტზე დასაქმებული პერსონალისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანია გარე დადებითი მოტივაცია, შემდეგ მოდის გარე უარყოფითი მოტივაცია და ყველაზე ნაკლებ მნიშვნელობას ისინი ანიჭებენ შიდა მოტივაციას.

ჩვენს მიერ გამოყენებული პროფესიული მოტივაციის შესწავლის მეთოდის მიხედვით, (ავტორი - კ. ზამფირი, მოდიფიცირებულია ა. რეანის მიერ) რომელიც შიდა და გარე მოტივაციის კონცეფციას ეფუძნება, მოტივაციური კომპლექსის მონაცემები შემდეგნაირად ნაწილდება:

საუკეთესო, ოპტიმალური მოტივაციური კომპლექსი ორი შემდეგი შეხამება:

1) შიდა მოტივაცია > გარე დადებითი მოტივაცია > გარე უარყოფითი მოტივაცია;

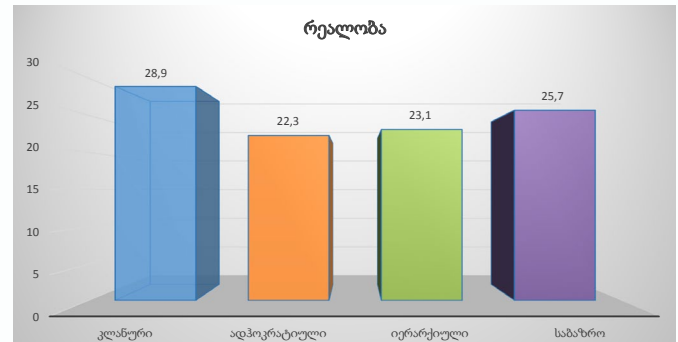
2) შიდა მოტივაცია = გარე დადებითი მოტივაცია > გარე უარყოფითი მოტივაცია

ყველაზე ცუდი მოტივაციური კომპლექსია შემდეგი:

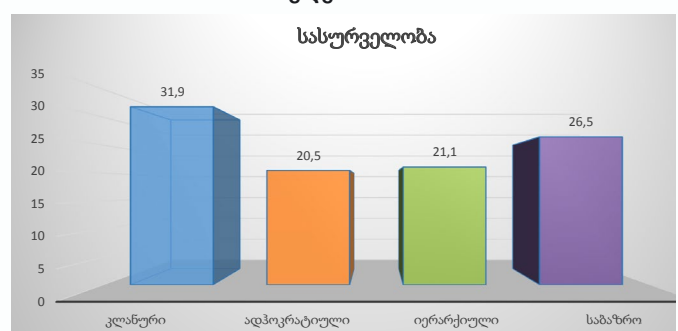
ცხრილი 2. შიდა მოტივაციის, გარე დადებითი მოტივაციის და გარე უარყოფითი მოტივაციის მონაცემები მმართველი რგოლისა და სამშენებლო ობიექტზე დასაქმებული პერსონალის მიხედვით

	შიდა მოტივაცია	გარე დადებითი მოტივაცია	გარე უარყოფითი მოტივაცია
საერთო მონაცემები	3,4	4,1	4,3
სამშენებლო ობიექტზე დასაქმებულები	3	4,8	4,3
მმართველი რგოლი	3,7	3,5	4,3

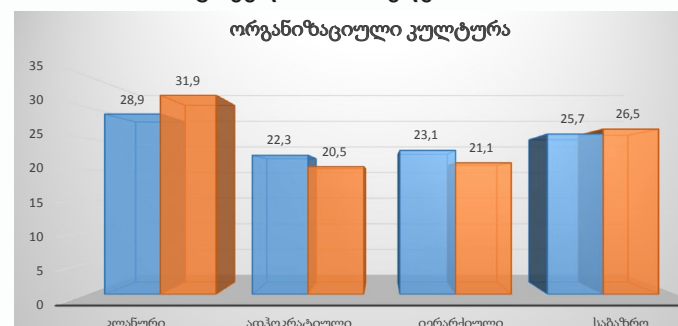
ორგანიზაციული კულტურის ტიპები რეალობის მიხედვით ნახ. 1



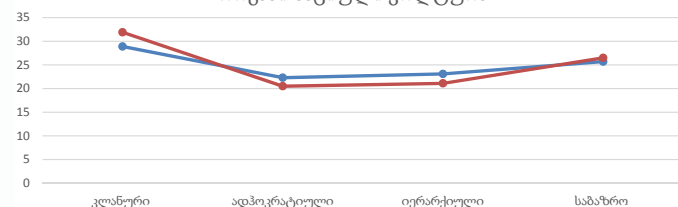
ორგანიზაციული კულტურის ტიპები სასურველობის მიხედვით ნახ. 2



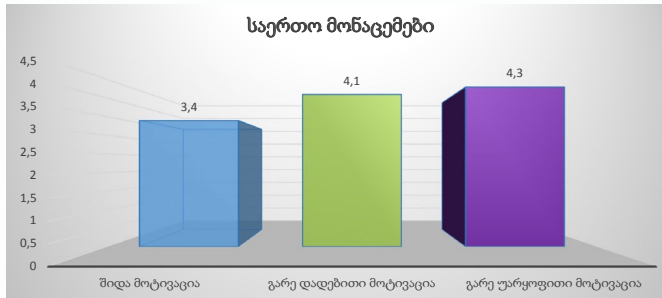
ორგანიზაციული კულტურის ტიპები რეალობისა და სასურველობის მიხედვით ნახ. 3



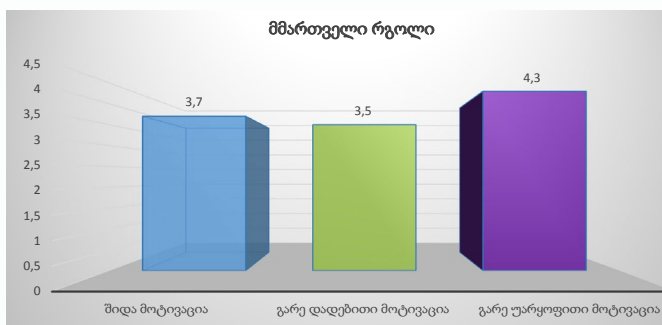
ორგანიზაციული კულტურა



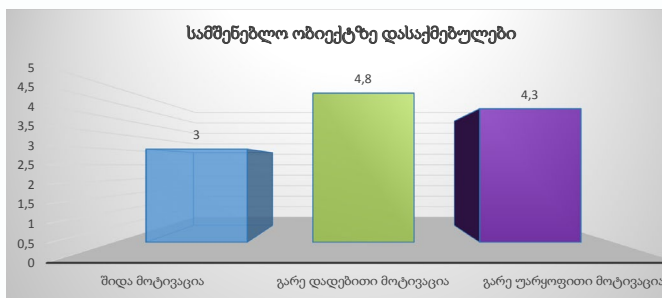
შიდა მოტივაციის, გარე დადებითი მოტივაციის და გარე უარყოფითი მოტივაციის მონაცემები ნახ. 4



შიდა მოტივაციის, გარე დადებითი მოტივაციის და გარე უარყოფითი მოტივაციის მაჩვენებლები მმართველი რგოლის წარმომადგენლებთან ნახ. 5



შიდა მოტივაციის, გარე დადებითი მოტივაციის და გარე უარყოფითი მოტივაციის მაჩვენებლები სამშენებლო ობიექტზე დასაქმებულ პერსონალთან. ნახ.6.



გარე უარყოფითი მოტივაცია > გარე დადებითი მოტივაცია > შიდა მოტივაცია.

როგორც მონაცემებიდან ჩანს, არც ერთ შემთხვევაში არ იკვეთება საუკეთესო, ოპტიმალური მოტივაციური კომპლექსი, სამაგიეროდ ზოგადი მონაცემების მიხედვით იკვეთება ყველაზე ცუდი მოტივაციური კომპლექსი.

შიდა მოტივაციას, გარე დადებითი მოტივაციისა და გარე უარყოფითი მოტივაციის შორისკორელაციური ანალიზის შედეგად გამოვლენილ იქნა კავშირი შიდა მოტივაციისა და კლანურ ორგანიზაციულ კულტურას შორის, გარე დადებითი მოტივაციისა და საბაზრო ორგანიზაციულ კულტურას შორის, გარე უარყოფითი მოტივაციისა და იერარქიულ ორგანიზაციულ კულტურას შორის. ამ ფაქტის ინტერპრეტირება შემდეგნაირადაა შესაძლებელი: ორგანიზაციის თანამშრომელთა შიდა მოტივაციის დონე იზრდება კლანური ნიშნების გაძლიერების კვალობაზე. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, რაც უფრო მაღალია გჯგუფის წევრთა ხელსაყრელი მორალური კლიმატი, გუნდური მუშაობისა და ურთიერთშეთანხმებულობის ხარისხი, მით უფრო მაღალია გჯგუფში თავად მუშაობის პროცესი და მისი შედეგების მნიშვნელობა და თვითრეალიზაციის ყველაზე სრული საშუალება, საქმიანობის ამ სფეროში.

კორელაციური ანალიზის კიდევ ერთი გამოვლენილი შედეგია დადებითი ურთიერთქმედება გარე დადებითი მოტივაციისა და საბაზრო ორგანიზაციულ კულტურას შორის ამრიგად, რაც უფრო ძლიერადაა გამოხატული გარე დადებითი მოტივაცია, მით უფრო მაღალია თანამშრომელთა საბაზრო ორგანიზაციული კულტურა.

კვლევის შედეგების თანახმად, ასევე გამოვლინდა სტატისტიკური მნიშვნელობის კორელაცია იერარქიულ ორგანიზაციულ კულტურასა და გარე უარყოფითი მოტივაციის შორის. სხვა სიტყვებით, რაც უფრო მაღალია გჯგუფში იერარქიული ორგანიზაციული კულტურა, მით უფრო მეტად სურს თანამშრომელს, შესაძლო უსიამოვნების თუ დასჯის თავიდან აცილება.

გჯგუფის ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატის შესაწავლად გამოვიყენეთ, ფიდლერის სკალა. ფრედ ედვარდ ფიდლერის კოლექტივის ფსიქოლოგიური ატმოსფეროს შეფასების სკალას საფუძველად უდევს სემანტიკური დიფერენციალი. სკალაზე წარმოდგენილია ანტონიმურ სიტყვათა წყვილი, რომელთა მეშვეობით შესაძლებელია

ცხრილი 3. კორელაციური მაჩვენებლები ორგანიზაციულ კულტურასა და შიდა მოტივაციის, გარე დადებითი მოტივაციის და გარე უარყოფითი მოტივაციის მონაცემებს შორის

	შიდა მოტივაცია	გარე დადებითი მოტივაცია	გარე უარყოფითი მოტივაცია
კლანური	0.548**	0.119	0.109
ადპოკრატული	0.069	0.087	0.020
იერარქიული	0.579**	0.121	0.523**
საბაზრო	0.197	0.170	0.384**

ჯგუფის ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატის შეფასების სკალა

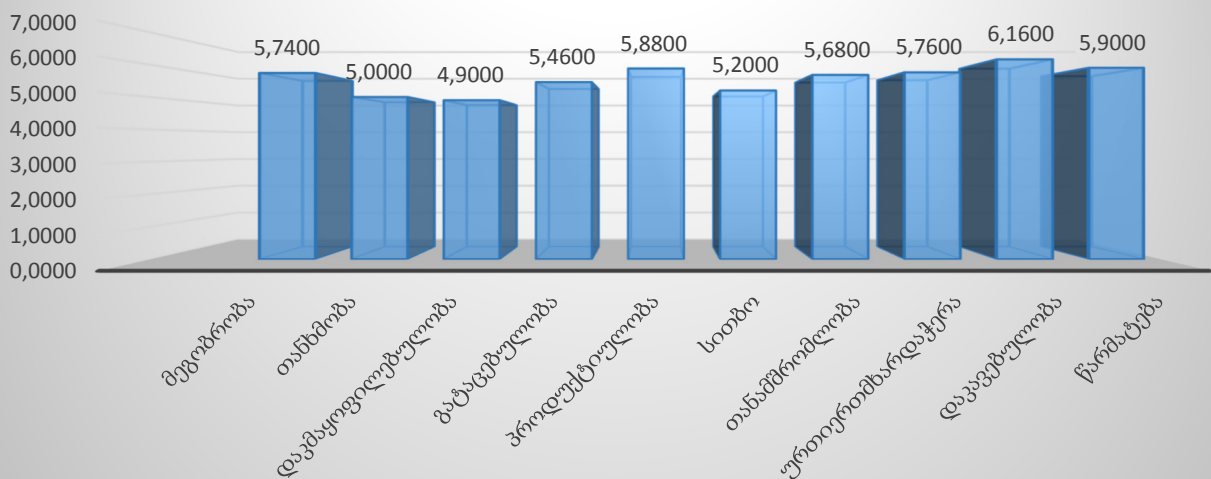
	დადებითი მახასიათებლები	8	7	6	5	4	3	2	1	უარყოფითი მახასიათებლები
1	მეგობრობა	8	7	6	5	4	3	2	1	მტრობა
2	თანხმობა	8	7	6	5	4	3	2	1	უთანხმოება
3	დაკმაყოფილებლობა	8	7	6	5	4	3	2	1	დაუკმაყოფილებლობა
4	გატაცებულობა	8	7	6	5	4	3	2	1	გულგრილობა
5	პროდუქტიულობა	8	7	6	5	4	3	2	1	უნაყოფოება
6	სითბო	8	7	6	5	4	3	2	1	სიცივე
7	თანამშრომლობა	8	7	6	5	4	3	2	1	განკერძოებულობა
8	ურთიერთმხარდაჭერა	8	7	6	5	4	3	2	1	არაკეთილმოსურნეობა
9	დაკავებულობა	8	7	6	5	4	3	2	1	მონყენილობა (უსაქმოება)
10	წარმატება	8	7	6	5	4	3	2	1	წარუმატებლობა

ცხრილი 4. ჯგუფის ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატის მონაცემები

	მეგობრობა	თანხმობა	დაკმაყოფილებლობა	გატაცებულობა	პროდუქტიულობა	სითბო	თანამშრომლობა	ურთიერთმხარდაჭერა	დაკავებულობა	წარმატება
საშუალო	5.7400	5.0000	4.9000	5.4600	5.8800	5.2000	5.6800	5.7600	6.1600	5.9000

ნახ. 7

ჯგუფის ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატი



ჯგუფსა თუ კოლექტივში ფსიქოლოგიური ატმოსფეროს გარკვევა და აღწერა. კვლევაში მონაწილემ უნდა შეაფასოს სიტყვათა წყვილი 8-დან 1 ქულამდე და, რაც უფრო დადებითია კოლექტივში ფსიქოლოგიური ატმოსფერო, მით უფრო მაღალი ქულა მოინიშნება.

მეორე ცხრილში ასახულია ჯგუფის ცხოვრების ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატის საშუალო მაჩვენებელი. შედეგების უკეთესად წარმოსაჩენად მონაცემები

გამოსახულია გრაფიკულად (იხ. სურათი 2).

მიღებული შედეგების მიხედვით ჯგუფის ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატის მაჩვენებლებიდან უმაღლესი მონაცემები გამოიკვეთა დაკავებულობასთან (6.1600). დაახლოებით ერთი და იგივე მაჩვენებლები დასტურდება წარმატებასთან, ურთიერთ- მხარდაჭერასთან, თანამშრომლობასთან, გატაცებულობასთან, პროდუქტიულობასა და მეგობრობასთან. რიგითობის პრინციპით

ცხრილი 5. ორგანიზაციული კულტურის ტიპებსა და ჯგუფის ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატის მონაცემების კორელაციური ანალიზის მაჩვენებლები

	მეგობრობა	თანხმობა	დაკმაყოფილებულობა	გატაცებულობა	პროდუქტიულობა	სითბო	თანამშრომლობა	ურთიერთმხარდაჭერა	დაკავებულობა	ნარმატება
კლანური	0.383**	.392**	0.121	.048	0.028	0.275	.155	0.354**	0.142	0.201
ადჰოკრატული	-0.011	-0.089	-0.196	.378**	0.127	-0.264	-.180	-0.121	-0.124	-0.141
იერარქიული	0.107	0.035	0.141	0.138	0.056	0.224	0.182	0.239	0.343**	0.001
საბაზრო	-0.133	0.022	0.009	0.121	365**	0.078	0.156	0.179	0.043	0.178

მათ სითბოსა და თანხმობის მაჩვენებლები მოჰყვება და ამ ჩამონათვალში ბოლო ადგილს დაკმაყოფილებულობა იკავებს მაჩვენებლით 4.9000.

კორელაციურმა ანალიზმა გვიჩვენა, რომ შიდა მოტივაციის, გარე დადებითი მოტივაციის, გარე უარყოფითი მოტივაციის და ჯგუფში ფსიქოლოგიურ მიკროკლიმატის მონაცემებს შორის, არც ერთ შემთხვევაში სტატისტიკური მნიშვნელობის კორელაცია არ დადასტურდა.

ორგანიზაციული კულტურის ტიპებსა და ჯგუფის ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატის მონაცემების კორელაციური ანალიზის მაჩვენებლები კი მოცემულია მე-4 ცხრილში.

მეგობრობა, თანხმობა, ურთიერთმხარდაჭერა მხარეთა შეთანხმებასა და ერთმანეთის ინტერესთა გათვალისწინება-აღიარებას გულისხმობს. ცხადზე უცხადესია, რომ ურთიერთდაპირისპირებულ გარემოში ადამიანებს უჭირთ საქმეზე კონცენტრირება და შესაბამისად, დასახული ამოცანების ეფექტურად გადაჭრა; ხოლო სასიამოვნო და კეთილგანწყობილ გარემოში ადამიანები იმუხტებიან ენთუზიაზმით და ეს ყველაფერი შრომის ნაყოფოერებისა და პროდუქტიულობის

ზრდას უწყობს ხელს. ამიტომ სრულიად ლოგიკურია, რომ კვლევის მონაცემების ანალიზი აჩვენებს კლანური ორგანიზაციული კულტურის – რომელიც გულისხმობს მეგობრულ კოლექტივს, სადაც თითოეულ წევრს ბევრი საერთო აქვს, სადაც დიდი ყურადღება ექცევა მორალურ კლიმატსა და კოლექტივის ერთიანობას, რომლის მუშაობის პრინციპი აგებულია გუნდურობაზე და ურთიერთშეთანხმებაზე – კავშირს მეგობრობასთან, თანხმობასთან და ურთიერთმხარდაჭერასთან.

ცხრილიდან ასევე ჩანს, რომ სტატისტიკურად სანდოა კორელაცია ადჰოკრატულ ორგანიზაციულ კულტურასა და გატაცებულობას შორის. მოგეხსენებათ ადჰოკრატული ორგანიზაციული კულტურა აქტიურ სამეწარმეო და შემოქმედებით მუშაობას გულისხმობს, შესაბამისად გასაკვირი არაა, რომ ასეთ ადამიანებთან ორგანიზაციული საქმიანობის პროცესში მაღალია გატაცებულობის განცდა.

სტატისტიკურად სანდო დადებითი კორელაცია დადასტურდა ასევე იერარქიულ ორგანიზაციულ კულტურასა და დაკავებულობას შორის და საბაზრო ორგანიზაციულ კულტურასა და პროდუქტიულობას შორის, რაც ვფიქრობთ საინტერესო შედეგებია.





დასკვნა

ჩატარებული კვლევების საფუძველზე მიღებული მონაცემების ემპირიულმა ანალიზმა გვიჩვენა შემდეგი:

1. სამშენებლო ორგანიზაციაში, ცდისპირთა გამოკითხვის მონაცემების თანახმად, რეალობის მიხედვით პირველ ადგილზეა ორგანიზაციული კულტურის კლანური ტიპი. შემდეგ მოდის საბაზრო ორგანიზაციული კულტურა, იერარქიული ორგანიზაციული კულტურა და ბოლოს ადჰოკრატული ორგანიზაციული კულტურა;

2. საერთო ანალიზმა უჩვენა, რომ კლანური და საბაზრო ორგანიზაციული კულტურის მონაცემები სასურველობის მიხედვით აღემატება რეალობის მონაცემებს, ხოლო რეალობის მიხედვით ადჰოკრატული და იერარქიული ორგანიზაციული კულტურის მონაცემები აღემატება სასურველობის მონაცემებს;

3. სამშენებლო ორგანიზაციებში ჭარბობს გარე უარყოფითი მოტივაცია, შემდეგ მოდის გარე დადებითი მოტივაცია და ყველაზე დაბალი მაჩვენებელი აქვს შიდა მოტივაციას;

4. ორგანიზაციის თანამშრომელთა შიდა მოტივაციის დონე იზრდება კლანური ნიშნების გაძლიერების კვალობაზე. ანუ რაც უფრო მაღალია ჯგუფის წევრთა ხელსაყრელი მორალური კლიმატი, გუნდური მუშაობისა და ურთიერთმეთანხმებულობის ხარისხი, მით უფრო მაღალია ჯგუფში თავად მუშაობის პროცესი და მისი შედეგების მნიშვნელობა და თვითრეალიზაციის ყველაზე სრული საშუალება, საქმიანობის ამ სფეროში;

5. რაც უფრო მაღალია ჯგუფში იერარქიული ორგანიზაციული კულტურა, მით უფრო მეტად სურს თანამშრომელს, შესაძლო უსიამოვნების თუ დასჯის თავიდან აცილება;

6. ჯგუფში არსებული ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატის მაჩვენებლების კორელაციური ანალიზის

საფუძველზე ჩანს, რომ გამოკვეთილი ფაქტორია დაკმაყოფილებულობა. დასტურდება დადებითი მნიშვნელობის კორელაცია ამ უკანასკნელ ცვლადსა და შემდეგ ცვლადებს შორის: გატაცებულობა, სიტბო, პროდუქტიულობა, თანამშრომლობა, ურთიერთმხარდაჭერა და ნარმატება;

7. კლანური ორგანიზაციული კულტურა სტატისტიკური მნიშვნელობის კორელაციაშია ჯგუფის ფსიქოლოგიური მიკროკლიმატის ისეთ მაჩვენებლებთან, როგორცაა მეგობრობა, თანხმობა და ურთიერთმხარდაჭერა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ბალიაშვილი მ., სოციალური ფსიქოლოგია, თბილისი, 2016;
2. რობინსი ს., ორგანიზაციული ქცევის საფუძვლები. თბილისი 2009;
3. ჩარკვინი დ., ფსიქოლოგია ინდუსტრიულ მეცნიერებებში. თბილისი 2001;
4. Cameron, K. S. Diagnosing and changing organizational culture: based on the competing values framework / K. S. Cameron, R.E. Quinn. – San Francisco: Jossey-Bass, 2005, 242 p;
5. Meyer J.P., Allen N.J. Testing the “side-bet theory” of organizational commitment: Some methodological considerations // Journ. of Applied Psychology. 1984. V. 69. N 2. P. 372 – 378;
6. Fields D.L. Taking the measure of work: A guide to validated scales for organisational research and diagnosis. Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2002;
7. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куин; пер. с англ.; под ред. И. В. Андреевой. - СПб.: Питер, 2001. - 320 с.