

КРОС-КУЛТУРНА ПЕРСПЕКТИВА КЪМ ОРГАНИЗАЦИОННИТЕ ЦЕННОСТИ И ПРАКТИКИ В БЪЛГАРИЯ

Калин Янев*

Изследването проучва организационната култура за извадка от български мениджъри от средно ниво от телекомуникационната, хранителната и финансовата сфера. Използвана е крос-културната методика на международния проект GLOBE. Организационните практики и ценности се измерват по дименсии, сходни на откритите от Хофштеде и Бонд. Проверя се дали те са адекватни и за организационната култура в България. Анализират се взаимовръзките между тях и други независими променливи. Резултатите се съпоставят с данните за други страни.

Въведение

Системата от групово споделени вярвания, ценности и практики обикновено се обозначава като *култура* (Стефанов 2001). Hofstede (1980) и Triandis (1995) застават зад така наречената теория за културата „ценност-вярване“ и твърдят, че ценностите и вярванията на членовете на дадена култура определят начина, по който индивидите, групите и институциите постъпват, и степента, в която тези постъпки се разглеждат като легитимни, приемливи и ефективни. Международният проект GLOBE, започнат от Робърт Хаус и колеги в края на миналия век, се опира на това допускане и разбирането, че общите ценности се проявяват в поведението, практики, политики и заявявани мнения, които могат да бъдат измерени (House et al. 1999).

* Калин Янев — докторант по Организационна психология, СУ „Св. Климент Охридски“. Адрес за контакти: kalinyanev@yahoo.com

От 80-те години на 20 век културата е мащабен обект на интерес и в организационната сфера на познанието (Hofstede 1980; Deal Kennedy 1982; Peters, Waterman 1982; Shein 1985; Handy 1985; Johnson 1988; Trompenaars, Turner 1998; Triandis 1995 и мн. др.). По отношение на определението на *организационна (корпоративна) култура* няма консенсус (Илиева, 2006), но широко цитирана е дефиницията на Shein (1991), според когото става въпрос за патерн от общи допускания, предавани на новите членове като правилния път за възприемане, интерпретиране и посрещане на предизвикателствата.

Съществуват редица опити за класифициране на видовете (организационни) култури. Някои от тях са типологични, като разполагането на видовете изхожда от дихотомно разделение по дадени културни характеристики (например Deal, Kennedy 1982; Handy 1985; Cameron, Quinn 1999). Качествено различно е виждането на Hofstede (1980), което е сходно по аналогия с традицията на теорията за чертите в психологията на личността. В процеса на изследване в клонове на IBM чрез факторен анализ са открити добре известните четири културни дименсии: 1. *дистанция от властта*; 2. *колективизъм–индивидуализъм*; 3. *мъжественост–женственост*; 4. *избягване на неопределеността* (Хофстеде, 2001). По-късно Hofstede и Bond (1988) добавят пети фактор – *ориентация към бъдещето*. Отделните култури могат да бъдат разположени по петте дименсии, които предполагат континуум.

Докато множеството автори са съгласни, че социалната култура силно повлиява базисните пластове на организационната култура (например Хофстеде 2001; House et al. 2004), сходството между същността на двата феномена поражда спорни становища. Хофстеде (2001, стр. 252) твърди, че „двата типа култура имат различно естество“. Според количествените дескрипции на автора членовете на дадено общество наподобяват един друг по ценности, независимо от организационната си принадлежност. Културните разлики между организациите се забелязват преди всичко в по-връхния слой на практиките. Ето защо според Хофстеде организационната култура следва да бъде описвана чрез измерители, различни от петте дименсии на социалната култура, изнамерени от него и Бонд (Хофстеде 2001; Hofstede, Bond 1988).

Международното изследване GLOBE осъществява нарочна емпирична проверка на проблема, като измерва култури както на организации, така и на общества чрез едни и същи (сходни на Хофштедтевите) дименсии, отделяйки различни скали за ниво практики и за ниво ценности (House et al. 1999). Резултатите от проекта дават основание да се приеме подобност на структурите на двата вида култура.

В България проблемът за организационната култура също се радва на интерес. Измервания в теоретичната рамка на теорията за конкурентните ценности на Quinn (1988) предлагат Илиева (2006), Русев (2007), Карабельова (2004а; 2004б). Силгиджиян и кол. (2004) разглеждат организационната култура в България чрез някои от дименсиите