

ДІАГНОСТИКА КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

У статті автором презентовані результати аналізу методів діагностування корпоративної культури організацій, зокрема вищого навчального закладу.

Ключові слова: корпоративна культура, моделі корпоративної культури.

Останнім часом підвищується зацікавленість дослідників до вивчення такого феномена як корпоративна культура освітнього закладу, зокрема університету. Передусім це продиктовано глобалізаційними процесами, під вплив яких підпадають і освітні заклади. Входження до європейського освітнього простору, розвиток ринкових відносин, які значно змінюють пріоритети і напрями діяльності освітніх закладів, і, як наслідок, посилення конкуренції на ринку освітніх послуг – все це вимагає перегляду ролі вищої освіти в сучасному суспільстві. Як зазначає А. В. П'ятицька, динамічна масифікація та диверсифікації вищої освіти неминуче викликають конфлікт між принципами, що традиційно склалися і затвердили себе, і цінностями університетської освіти та цими новими соціокультурними явищами. Вирішенням цього конфлікту є вдосконалення управлінського забезпечення процесів структурно-організаційного і якісного вдосконалення освіти [5]. Одним із напрямів цієї достатньо широкої проблеми є формування корпоративної культури вищого навчального закладу. Більшість дослідників упевнені, що ефективність діяльності освітнього закладу залежить від правильного управління його корпоративною культурою, її своєчасного реагування на суспільні зміни.

Проведений теоретичний аналіз досліджень з різних галузей, зокрема філософії, соціології, культурології, педагогіки, психології, економіки, свідчить про зацікавленість дослідників проблемою корпоративної культури освітніх закладів. У доробках науковців виокремлені наступні предмети наукового пошуку: корпоративна культура ВНЗ як інструмент управління поведінкою членів організації (О. Б. Бетіна); управління соціальними конфліктами у ВНЗ на основі корпоративної культури (О. В. Тішина); соціально-психологічні й організаційно-управлінські механізми формування ефективної корпоративної культури ВНЗ (М. В. Іонцева); педагогічні умови формування корпоративної культури ВНЗ (М. А. Ахмедова); становлення корпоративної культури в університетському окрузі (А. В. П'ятицька) та інші. У більшості зазначених праць корпоративна культура вищого навчального закладу розглядається як засіб впливу на розвиток особистості студента.

Поза увагою дослідників залишається питання впливу корпоративної культури вищого навчального закладу, зокрема університету, на особистість викладача, на рівень сформованості власне його корпоративної культури.

Для вирішення заявленої проблеми вважаємо за необхідне дослідити існуючі в сучасній науці методики діагностики корпоративної культури організацій взагалі, зокрема освітніх закладів.

Послугуючись результатами здійсненого теоретичного аналізу різноманітних джерел інформації, насамперед наукових досліджень, можна упевнено стверджувати, що поняття "корпоративна культура" і "корпоративна культура закладу вищої освіти" увійшли у педагогічний тезаурус. У більшості досліджень наголошується, що корпоративна культура закладу освітнього закладу є методом (інструментом) управління й її сутність слід розкривати через систему цінностей, переконань, норм, які сприймаються, поділяються і підтримуються всіма членами установи.

На основі проведеного пошуку, збору, аналізу і узагальнення інформації та дослідженні дотримуємося думки, що *корпоративна культура вищого навчального закладу (університету)* – це сукупність цінностей, норм, традицій, які поділяються всіма людьми, що причетні до діяльності закладу вищої освіти, на основі яких регулюються їх взаємовідносини, зокрема між учасниками навчально-виховного процесу: викладачами і студентами.

Між тим, - і на це положення слід звернути увагу, - існуючі в педагогічній літературі погляди стосовно природи корпоративної культури вищого навчального закладу виявляються доволі суперечливими, оскільки, з одного боку, це культура досягнення інтересів на ринку освітніх послуг – культура конкурентної боротьби, а з іншого – це традиційна академічна культура, заснована на збереженні і зростанні педагогічних цінностей [1]. Дослідники переконані, що сьогодні вищі навчальні заклади засвоюють нові зразки корпоративної культури, тому необхідно розробляти дві траєкторії її формування: зовнішню – економічний успіх, презентабельність, показники успішності своєї діяльності, тобто комплекс заходів, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності, та внутрішню – підтримка і розвиток зразку професійної діяльності, що має за основу гуманістичні цінності педагогіки. Внутрішня траєкторія формування корпоративної культури вищого навчального закладу, зокрема університету, містить "...становлення корпоративних педагогічних цінностей, високої академічної культури, норм педагогічних взаємовідносин, що забезпечують сприятливий морально-психологічний клімат, творчу атмосферу в середовищі викладачів, що формує гідність особистості і як кінцевий результат – забезпечує репутацію ВНЗ і колективу" [1, с. 63].

Як зазначалося вище, ефективність діяльності організації, і зокрема освітнього закладу, залежить від типу і стану сформованості її корпоративної культури. Відтак суспільні зміни вимагають відповідних трансформацій у корпоративній культурі вищого навчального закладу. Для вибудовування стратегії зміни корпоративної культури необхідно надати оцінку її теперішнього стану і тих здобутків, що є найкращими для ефективної діяльності організації в майбутньому, тобто здійснити діагностику тих важливих аспектів діяльності освітнього закладу, які визначають фундамент його організаційної культури.

Зауважимо, що в дослідженні використовуються два поняття "організаційна культура" і "корпоративна культура". У вітчизняній і зарубіжній літературі в більшості випадків можна простежити синонімічне використання вказаних понять. Користуючись існуючими доробками науковців, а також узагальнюючи результати власного наукового пошуку,

вважаємо за потрібне в межах зазначеної проблематики використовувати терміни "корпоративна культура" і "організаційна культура" як тотожні. За словами О. Б. Бетіної, організаційну культуру слід розглядати як "відправну точку" для появи нової концепції управління персоналом – корпоративної культури [2].

На сьогодні дослідниками здійснюються спроби провести діагностику освітніх закладів. Відтак при цьому вони користуються інструментом оцінки організаційної культури OCAI, який базується на теоретичній моделі за назвою "Рамочна конструкція конкуруючих цінностей", яка розроблена й експериментально перевірена Кім С. Камерон і Робертом Е. Куїном [3].

Повертаючись до питання співіснування "корпоративна" і "організаційна" культури, вказана методика дозволяє діагностувати культуру будь-якої організації за конкуруючими цінностями на різних етапах розвитку організації, що надає право використовувати обидва поняття.

Відповідно до зазначеної методики діагностування і змін корпоративної (організаційної) культури дослідники розрізняють чотири її типи: бюрократична (ієрархічна), кланова, адхократична і ринкова. Кожний тип культури характеризується чотирма групами критеріїв, які визначають стрижневі цінності, що дають змогу оцінити організацію. За назвою ці цінності є попарно протилежними, зокрема: гнучкість і дискретність – стабільність і контроль; внутрішній фокус й інтеграція – зовнішній фокус і диференціація.

Запропонована методика дозволяє діагностувати домінуючу орієнтацію організації на основі вказаних типів культури. Ієрархічна (бюрократична) культура характеризується як формалізоване і структуроване місце роботи; ефективні лідери – це найкращі координатори й організатори. Ринкова культура оцінюється як місце для роботи, яка орієнтована на кінцеві результати; лідери – це господарі і суворі конкуренти. Кланова культура нагадує більш організацію сімейного типу і характеризується як дружнє місце роботи, де люди мають багато спільного і довіряють один одному; лідери виступають у ролі вихователів, батьків. Адхократична культура характеризує динамічне, підприємницьке і творче місце роботи; люди здатні йти на ризик і приносити себе у жертву. Ефективне лідерство виявляється в умінні передбачати, новаторстві й орієнтації на ризик [3].

Привабливість і дієвість інструмента оцінки організаційної культури OCAI полягає в тому, що він дозволяє доволі точно описати наступні складові: тип лідерства; критерії ефективності; тип управління людськими ресурсами і стрижневі теорії менеджменту, а також менеджмент якості, що за умов модернізації вітчизняної вищої освіти набув особливої актуальності.

Зауважимо, що для оцінювання діяльності вищого навчального закладу необхідно створювати системи менеджменту якості освіти, як елементи систем стратегічного і операційного менеджменту. Засновуючись на результатах теоретичного аналізу науково-педагогічної та методичної літератури, результатах міжнародних та всеукраїнських конференцій, а також досвіді роботи вищих навчальних закладів, зауважимо, що існує два шляхи створення систем управління якістю. Перший з них спрямований на доповнення існуючої традиційної освітньої структури деякими елементами системи менеджменту якості. Другий шлях полягає у фундаментальному переосмисленні сучасного освітнього процесу і створенні системи менеджменту якості, адекватної радикально реорганізованій у відповідності з вимогами часу освітньої діяльності вищих навчальних закладів. Запропонована зарубіжними дослідниками методика діагностики організаційної культури дозволяє за допомогою конструкції конкуруючих цінностей встановити ефективність того чи іншого підходу до розв'язання проблем якості, зокрема й якості вищої освіти.

Інструмент оцінки організаційної культури OCAI є доволі простим у використанні. Ще однієї його перевагою є графічне представлення здобутої інформації (побудова профілю організаційної культури), що насамперед унаочнює домінуючу орієнтацію в організаційній культурі.

Досліджуючи гіпотезу про існування єдиної універсальної моделі корпоративної культури університету і взаємозв'язок типу корпоративної культури університету з рівнем навчальної мотивації студентів, російські науковці скористалися наступними методиками: діагностування типу корпоративної культури К. Камерон і Р. Куїна і "Вивчення мотивації навчання у ВНЗ" Т. Ільїної [4].

За результатами діагностики трьох російських університетів дослідниками встановлено, що у вищих навчальних закладах присутні бюрократичний і клановий типи корпоративної культури. Причому автори зазначають, що в університетах, які мають тривалу історію існування, формується певна універсальна модель корпоративної культури, яку умовно можна назвати кланово-бюрократичною. Клановий тип корпоративної культури університету характеризується такими цінностями як удосконалення особистості кожної людини, піклування про інших, відкритість і співучасть. В університеті з таким типом корпоративної культури заохочується командна робота, прагнення допомогти або навчити. Вищий навчальний заклад з бюрократичним типом культури характеризується тим, що людей об'єднують формальні правила і офіційна політика. Лідери (адміністрація, викладачі) основну увагу приділяють функції стратегічного планування і координації. Серед планів на майбутнє можна назвати підтримку стабільності, досягнення й утримання провідних позицій на ринку освітніх послуг. За результатами проведених науковцями досліджень, кланово-бюрократична модель характеризується: демократичним і наставницьким стилем лідерства і керівництва; бажанням допомогти і навчити; орієнтацією на добробут викладачів і студентів у більшій мірі, аніж на виконання планів і нормативів та досягнення лідерських місць у рейтингах на ринку освітніх послуг. Автори зазначають, що така модель корпоративної культури університету зумовлює підвищення мотивації студентів до оволодіння знань і професії. В університетах, які мають недовгу історію свого існування, переважає модель, якій притаманні ознаки ринкової, бюрократичної і адхократичної типів корпоративної культури [4].

У своєму дослідженні О. Б. Бетіна розробила модель корпоративної культури ВНЗ – організації, в якій студенти є одночасно і споживачами освітніх послуг, і її членами, а також технологію її впровадження для управління стратегіями поведінки студентів. О. Б. Бетіна за допомогою розробленої методики діагностики корпоративної культури закладу вищої освіти виявила її змішаний тип з перевагою в одному ВНЗ культурно-ринково-кланової культури, у другому – кланово-віртуальної [2]. Зазначимо, що дослідниця пропонує ввести додаткову вісь "культурне-віртуальне", послуговуючись тим, що ступінь наближеності до полюсу культури (цінності національної культури, наявність у

кожного внутрішньої системи цінностей і внутрішньої регуляції поведінки) або віртуального полюсу (включеність у масову аудиторію припускає відсутність інтеріоризації цінностей і наявність зовнішньої регуляції поведінки) характеризує різноманітність організаційних культур у соціумі [2]. Таким чином, на відміну від запропонованого К. Камерон і Р. Куїном двохмірного зображення типу організаційної культури О. Б. Бетіна пропонує використовувати тримірне.

У межах проблематики корпоративної культури викладача вищої школи викликає інтерес дослідження соціальної ролі викладача як ознаки кожного з типів культури (О. Б. Бетіна): клановий тип – наставник (батько); бюрократичний тип – регулятор отримання сертифікатів; ринковий тип – успішний підприємець; адхократичний тип – новатор; культурний тип – приклад творчості; віртуальний тип – носій [2].

Як уже зазначалося, вищі навчальні заклади сьогодні повинні модернізувати свою діяльність відповідно до навколишніх суспільних змін. Зрозуміло, що заклад вищої освіти – це усталена, зріла організація. Але зміни корпоративної культури є природнім явищем, оскільки, як зазначають дослідники: "...стабільність все частіше інтерпретується як стан застою, а не міцності, й організації, які не змінюються, сприймаються як безнадійно закостенілі" [3].

Описана вище методика дозволяє провести оцінювання корпоративної культури вищого навчального закладу, зокрема університету, адміністрацією, викладачами і студентами. І на основі порівняння отриманих даних дослідити міру узгодженості домінуючої культури із типом лідерства, критеріями ефективності, типом управління людськими ресурсами і, й в решті-решт, сформуванню стратегію зміни корпоративної культури.

Таким чином, вважаємо, що сьогодні ефективність діяльності закладу вищої освіти, його конкурентоспроможність передусім визначаються домінуючим типом його корпоративної культури. Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів дослідження корпоративної культури вищого навчального закладу, але водночас воно відкриває перспективу для експериментальної перевірки дієвості й ефективності методики діагностики організаційної культури вітчизняних закладів вищої освіти, зокрема університетів.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Беляев А.* Корпоративная культура университета: от теории к практике / А. Беляев // Высшее образование в России. – 2007. – № 11. – С. 62 – 65.
2. *Бетина О. Б.* Корпоративная культура как фактор управления организационным поведением (на примере вуза) : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Бетина Ольга Борисовна – СПб., 2007. – 192 с.
3. *Ким С. Камерон.* Диагностика и изменение организационной культуры / Ким С. Камерон, Роберт Э. Куинн; пер. с англ.; [под ред. И. В. Андреевой]. – СПб : Питер, 2001. – 320 с.
4. *Погодина А. В.* Модели корпоративной культуры вузов / А. В. Погодина, С. Д. Крылова // Психологическая наука и образование. – 2008. – № 5. – С. 92 – 97.
5. *Пятицкая А. В.* Становление корпоративной культуры в университетском округе: диссертация ... кандидата социологических наук : 22.00.06 / Пятицкая Антонина Васильевна. – Ростов-на-Дону, 2007. – 128 с.

Подано до редакції 12.09.11.
