

УДК: 378+005+008+316.61

Тетяна Іванівна Койчева,
доктор педагогічних наук, проректор з наукової роботи,
Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського,
вул. Старопортофранківська, 26, м. Одеса, Україна

СУТНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ТА КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУР УНІВЕРСИТЕТІВ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ФЕНОМЕНІВ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

У статті розкрито сутність організаційної та корпоративної культур, їхня роль у розвитку сучасного вищого навчального закладу; на основі порівняльного аналізу розглядаються особливості цих культур у середовищі викладачів педагогічного університету; наведено результати експериментального дослідження.

Ключові слова: корпоративна культура, організаційна культура, порівняльний аналіз, педагогічний університет, викладачі.

У сучасному суспільстві в умовах глобалізації й розвитку міжнародних зв'язків і співпраці система вищої освіти, забезпечуючи підготовку фахівців, визнана найважливішим чинником прогресу суспільства. Загальновизнаним є і той факт, що запорукою успішного виконання місії вищої освіти є її якість. На цьому фоні неухильно зростає конкуренція між вишами, університетами, як і інші підприємства й організації, знаходяться в боротьбі за виживання в умовах ринкової економіки, борючись за студентів, кращих викладачів і т. ін. Однак, приступивши до перетворень, вищі навчальні заклади зіткнулися з досить сильним внутрішнім опором – опором сформованих і усталених в організації за попередні роки її існування культури відносин співробітників і професорсько-викладацького складу. Саме тому багатьма вченими визнається, що ключовим чинником вирішення цього питання є формування внутрішньої культури вищого навчального закладу.

Феномен впливу внутрішньої культури організації на ефективність її діяльності в цілому і управління персоналом зокрема почав вивчатися порівняно недавно і переважно за кордоном (Т. Базаров, А. Кребер, К. Клухольм, М. Магура, А. Огнєв, Т. Пітерс, Р. Рюттінгер, В. Співак, С. Сурков, Р. Уотермен, Е. Шейн тощо). До питань внутрішньої організаційної культури вищих навчальних закладів, зокрема університетів, дослідники стали звертатися лише в останні десятиліття (Н. Власова, Ю. Тютюнников, М. Мазниченко, Г. Мальцева, Н. Яблонскене та ін.).

У соціологічних дослідженнях показано, що культура організації в нових ринкових соціально-економічних умовах «відкритого суспільства» має принципово інший характер, ніж в плановій соціалістичній економіці. Зарубіжні дослідники з'ясували, що за останні двадцять років певні фірми США, не володіючи жодним із базових традиційних переваг у бізнесі, досягали успіху за рахунок ефективно сформованої організаційної культури [4; 9]. Пояснюється цей феномен тим, що в рамках «загальної долі» відбувається збіг цінностей організації та її окремих співробітників у межах трудового процесу: продуктивна ді-

яльність стає важливим джерелом розвитку особистості і пов'язана з максимальним якісним поліпшенням діяльності організації в цілому. У цій ситуації акцент переноситься з виробничих процесів на мотивацію, заохочення і комунікацію працівників: успіху досягають ті організації, філософія яких очевидна як їхньому персоналові, так і громадськості. Таким чином, через внутрішню культуру організації реалізується одна з базових потреб людини – потреба в приналежності до будь-якої групи.

Внутрішня культура організації визначається як організаційна (А. Волков, Л. Захарова, К. Камерон, Р. Куїнн, Р. Моран, А. Харрис, О. Шеффер та ін.) і корпоративна (С. Абрамова, Г. Зинченко, Е. Капітонов, О. Капітонов, Н. Могутнова, Н. Яблонскене та ін.) культура. Порівняльний аналіз суті цих феноменів і є метою даної статті.

Організаційна культура традиційно розуміється як:

- сукупність елементів культури конкретної організації, що трансформуються під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників, впливають на людину як члена організації, виступаючи засобом об'єднання членів однієї організації, і виділяють організацію з корпоративної культури певної професійної групи [8, с. 25];

- загальні цінності та переконання, припущення, сприйняття, норми і манери поведінки [2];

- упорядкована сукупність виробничих, суспільних і духовних досягнень людей, яка може бути явною, тобто зафіксованою у формі яких-небудь документів, і неявною, тобто відбитою в свідомості і підтримуваною традиціями, вірою і домовленостями, яка зазвичай приймається і розділяється членами колективу без доказів, на інтуїтивному рівні [3].

Саме перше визначення, на наш погляд, характеризує організаційну культуру як соціокультурний феномен.

Перед університетами стоїть необхідність формування складної організаційної культури, що поєднує як традиційну університетську культуру «вільної асоціації професіоналів», так і культуру високопродуктивних «фабрик думок». Вони вимушені перехо-

дити від адміністрування процесів до управління розвитком, що вимагає ускладнення і підвищення технологічної діяльності управління [5].

За європейськими стандартами якості освіти корпоративна культура університету є одним з найважливіших параметрів оцінки його діяльності. Дослідження корпоративної культури будь-якої освітньої установи ускладнюється тим, що вона має подвійну природу: з одного боку, це культура стосунків у зв'язку з просуванням власних інтересів на ринку освітніх послуг, культура зовнішньої і внутрішньої конкурентної боротьби; з іншої – це традиційна академічна культура, заснована на збереженні і прирості сталих педагогічних цінностей [1].

Поняття «корпоративна культура» не є звичним для науковців, співробітників і студентів університетів. Це пов'язано перш за все з відсутністю у вищих навчальних закладів досвіду, автономії і негативною оцінкою корпорації як такої. У той же час, феномен корпорації і корпоративної культури освітніх установ взагалі, і університетів зокрема, фактично існує з часу їх виникнення. Саме корпорація (об'єднання) студентів і педагогів стала джерелом створення перших європейських університетів у середні віки. Сьогодні культура стосунків супроводжує організацію науково-дослідної і освітньої роботи в університетах і сприймається співробітниками швидше як емоційна, ніж реально усвідомлювана.

Сам термін «корпоративна культура» має безліч тлумачень, які умовно можна об'єднати в три групи:

– корпоративна культура – це те, чим організація володіє (норми поведінки, символи, ритуали, міфи, цінності, що розуміються і розділяються членами організації);

– корпоративна культура – це те, чим організація є (яка місія організації і як вона реалізується усередині і поза самою організацією, система її управління);

– корпоративна культура – це колективне програмування свідомості, мислення і поведінка співробітників, що відрізняє членів однієї організації від іншої [6; 7].

Слід зазначити, що перше визначення є найбільш поширеним у практичній діяльності сучасних компаній. Керівники таких організацій захоплені винаходом прапорів, девізів, уніформи для працівників своїх компаній, вигадуванням кодексів корпоративної поведінки, організацією спільних вечірок, туристичних поїздок і т. ін. Проте всі ці важливі моменти є лише зовнішніми атрибутами культури організації. Суть же її виявляється в сприйнятті та реалізації співробітниками способів взаємодії в процесі роботи тієї справи, заради якої вони й об'єдналися в організацію.

Друге і третє визначення є більш конструктивними. Для великих організацій, що знаходяться на етапі реформування у зв'язку з різкою зміною зовнішніх умов, важливими є не зовнішні характеристики корпоративної культури, а відповідність внутрішньому духу культури, її традиціям і культивованим цін-

ностям, що формують місію і цілі організації. Досвід показує, що при реформуванні, викликаному різкою зміною зовнішніх умов, нові цілі, що об'єктивно продиктовані зовнішнім середовищем, часто не відповідають корпоративній культурі, яка склалася в організації.

Ще одне важливе питання, яке вимагає уточнення, – це співвідношення корпоративної й організаційної культур. У одних випадках вони розглядаються як тотожні явища, в інших – як супідрядні один одному. У своєму дослідженні корпоративну і організаційну культури розглядаємо як самостійні феномени. Вважаємо, що це різні явища, які мають перетин у своїх елементах. Такими загальними елементами є артефакти, місія організації й умови праці. Проте є аспекти, що розрізняють ці два типи культур.

До організаційної культури входить сама структура організації, яка має відкрито імперативний характер і виражається в документах, наказах, керівництві. Головний аспект корпоративної культури – це цінності, яких явно і неявно дотримуються члени організації в своїй індивідуальній і колективній діяльності, декларування та залучення до яких у більшості випадків не відбувається прямо і очевидно. Лише задовольнивши свої базові матеріальні потреби, працівники в змозі залучати цінності корпоративної культури, які є «надбудовою» над артефактами, місією, історією і святами. Серед цих цінностей відчуття «загальної долі», причетності загальній справі, довіра до керівництва, уміння працювати в команді та віра у взаємодопомогу, можливість самореалізації, стабільність, упевненість в завтрашньому дні, захищеність інтересів і прав працівника, виконання обов'язків на високому рівні, перейняття на себе відповідальності, віра в свої сили (цінність працівника) і т. ін.

Проведене в педагогічних університетах різних регіонів України дослідження показує, що в них відсутній явно домінуючий тип корпоративної культури: про це свідчать результати опитування, які коливаються в межах 23–27%. Проте, на думку більшості, тип корпоративної культури, що існує в педагогічних університетах, оцінюється як бюрократичний, в якому нівелюється особистість, і оцінка її внеску у діяльність університету відбувається формально, згідно з інструкціями і нормативами.

Бажаною для більшості є зміна цього типу корпоративної культури на сімейний, де переважають персональні і більш емоційно забарвлені оцінки і стосунки, з менш жорстким підпорядкуванням формальним інструкціям і розпорядженням.

Примітно, що для розвитку в майбутньому перевага віддається адхократичному типу корпоративної культури, відмінною рисою якого є інноваційність, гнучкість і толерантність, здібність до продуктивного мислення, співпраці і взаємодії в малих групах для вирішення конкретного завдання. Найбільш схильні до подібних змін викладачі без ступеню і вченого звання, орієнтовані на кар'єрне зростання, і ті, хто че-

рез вік вже досяг піку своєї кар'єри і може присвятити себе вільній творчості залежно від власних інтересів і можливостей.

Привертає увагу той факт, що, не дивлячись на регіональні відмінності, відмінності в культурних і академічних традиціях, викладачі педагогічних університетів виявилися вкрай обережні і консервативні в своїх оцінках. Особливі труднощі у них викликала необхідність усвідомити і визначити свої цінності в рамках бажаного майбутнього, що можна розцінювати як незацікавленість в діяльності університету, його зростанні і розвитку; усунення від активної участі в цьому процесі. Правомірно передбачити, що це свідчить, з одного боку, про відсутність у культурі управління сучасними педагогічними університетами орієнтації на ефективне використання особистого потенціалу викладачів, збереження в педагогічних вишах менеджменту планового господарювання, без урахування та використання ресурсів внутрішніх стосунків співробітників, їхньої корпоративної культури. З іншого боку – це прояв менталітету радянських часів, коли при всіх гаслах і деклараціях співробітники реально не впливали на розвиток і діяльність своєї організації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Беляев А. Корпоративная культура университета: от теории к практике / А. Беляев // Высшее образование в России. – 2007. – № 11. – С. 62.
2. Григорян А. Ф. Менеджмент. Учебник / А. Ф. Григорян. – М.: ПБОЮЛ, 2002. – 264 с.
3. Грудзинский А. О. Организационная культура как фактор развития инновационного университета / А. О. Грудзинский, О. В. Петрова // Вестник НГУ им. Н. И. Лобачевского. – 2012. – № 4 (1). – С. 12–17.
4. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн. – СПб.: Питер, 2001. – 221 с.
5. Макаркин Н. П. Роль организационной культуры в эффективном менеджменте высшего учебного заведения / Н. П. Макаркин, О. Б. Томилин, А. В. Бритов // Университетское управление: практика и анализ. – 2004. – № 3. – С. 152–162.

REFERENCES

1. Belyaev, A. (2007). *Korporativnaya kultura universiteta: ot teorii k praktike* [Corporate culture of a university: form theory to practice]. *Vyshee obrazovanie v Rossii – Higher education in Russia*, 11 [in Russian].
2. Grigoryan, A. F. (2002). *Menedzhment. Uchebnik* [Management. Textbook]. Moscow: PBOYuL [in Russian].
3. Grudzinskiy, A. O., & Petrova, O. V. (2012). *Organizatsionnaya kultura kak faktor razvitiya innovatsionnogo universiteta* [Organizational culture as a factor of innovative university development]. *Vestnik NGU im. N. I. Lobachevskogo – Bulletin of NGU named after N. I. Lobachevskiy*, № 4 (1), 12–17 [in Russian].

Теоретики і практики довели, що і організаційна і корпоративна культура значною мірою впливають на індивідуальну і групову поведінку, діяльність людей [3, 6, 7]. Кількість і якість роботи, яка виконується співробітниками організації, залежить саме від соціально-психологічного вмісту культури підприємства. Соціальне довкілля має настільки сильний вплив, що люди або починають працювати так, щоб перевершити інших (або не відстати від них), або відносяться до роботи байдуже.

Таким чином, організаційна і корпоративна культури є самостійними феноменами, що виявляють специфіку внутрішньої культури університету, загальними елементами яких виступають артефакти, місія організації і умови праці. Вони є одним із основних компонентів, необхідних для досягнення цілей організації, підвищення ефективності її роботи, управління інноваціями. Саме культура забезпечує сприйнятливості людей до нових ідей, їх готовність і здатність підтримувати і реалізовувати нововведення в усіх сферах життя.

6. Мальцева Г. И. Университетская корпоративная культура / Г. И. Мальцева // Университетское управление: практика и анализ. – 2005. – № 2. – С. 95–103.
7. Тюнников Ю. Корпоративная культура как фактор конкурентоспособности вуза / Ю. Тюнников, М. Мазниченко // Высшее образование в России. – 2005. – № 10. – С. 69.
8. Яблонскене Н. Л. Корпоративная культура современного университета / Н. Л. Яблонскене // Университетское управление: практика и анализ. – 2006. – № 2. – С. 7–25.
9. Hofstede G. H. *Cultures and organizations: software of the mind*. – NY.: McGraw-Hill Companies, 1991. – 279 p.

4. Kameron, K., & Kuinn, R. (2001). *Diagnostika i izmenenie organizatsionnoy kulture* [Diagnostics and change of organizational culture]. St. Petersburg: Piter [in Russian].
5. Makarkin, N. P., Tomilin, O. B., & Britov, A. V. (2004). *Rol organizatsionnoy kulture v effektivnom menedzhmente vysshego uchebnogo zavedeniya* [Role of organizational culture in effective management of higher educational institution]. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz – University administration: practice and review*, 3, 152–162 [in Russian].
6. Maltseva, G. I. (2005). *Universitetskaya korporativnaya kultura* [University corporate culture]. *Universi-*

tetskoe upravlenie: praktika i analiz – University administration: practice and review, 2, 95–103 [in Russian].

7. Tyunnikov, Yu., & Maznichenko, M. (2005). Korporativnaya kultura kak faktor konkurentosposobnosti vuza [Corporate culture as a factor university's competitiveness]. *Vysshee obrazovanie v Rossii – Higher education in Russia*, 10 [in Russian].

8. Yablonskene, N. L. (2006). Korporativnaya kultura sovremennogo universiteta [Corporate culture of a modern university]. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz – University administration: practice and review*, 2, 7–25 [in Russian].

9. Hofstede, G. H. (1991). *Cultures and organizations: software of the mind*. New York: McGraw-Hill Companies [in English].

Татьяна Ивановна Койчева,

*доктор педагогических наук, проректор по научной работе,
Южноукраинский национальный педагогический университет имени К. Д. Ушинского,
ул. Старопортофранковская, 26, г. Одесса, Украина*

СУТЬ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ И КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУР УНИВЕРСИТЕТОВ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ФЕНОМЕНОВ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

В статье раскрывается сущность организационной и корпоративной культур, их роль в развитии современного высшего учебного заведения; на основе сравнительного анализа рассматриваются особенности этих культур в среде преподавателей педагогического университета. Проведенное в педагогических университетах разных регионов Украины исследование показало, что в них отсутствует явно доминирующий тип корпоративной культуры. Тип корпоративной культуры оценивается как бюрократический, в котором нивелируется личность, и оценка ее вклада в деятельность университета происходит формально, согласно инструкциям и нормативам. Желательным является изменение этого типа корпоративной культуры на семейный, где преобладают персональные и более эмоционально окрашенные оценки и отношения, с менее жестким подчинением формальным инструкциям и предписаниям. Несмотря на региональные различия, различия в культурных и академических традициях, преподаватели педагогических университетов оказались крайне осторожными и консервативными в своих оценках. Особые трудности вызвала необходимость осознать и определить свои ценности в рамках желаемого будущего, что можно расценить как незаинтересованность в деятельности университета, его росте и развитии, отстранение от активного участия в этом процессе. Это свидетельствует, с одной стороны, об отсутствии в культуре управления современными педагогическими университетами ориентации на эффективное использование личностного потенциала преподавателей, сохранение в педагогических ВУЗах менеджмента планового хозяйствования без учета и использования ресурсов внутренних отношений сотрудников, их корпоративной культуры. С другой стороны – это проявление менталитета советских времен, когда сотрудники реально не влияли на развитие и деятельность своей организации. Доказано, что организационная и корпоративная культуры являются самостоятельными феноменами, определяющими специфику внутренней культуры университета, общими элементами которых выступают артефакты, миссия организации и условия труда. Они являются одним из основных компонентов, необходимых для достижения целей организации, повышение эффективности ее работы, управления инновациями. Именно культура обеспечивает восприимчивость людей к новым идеям, их готовность и способность поддерживать и реализовывать нововведения во всех сферах жизни.

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная культура, сравнительный анализ, педагогический университет, преподаватели.

Tetiana Koicheva,

*Doctor of Pedagogy, vice-rector for research,
South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky,
26, Staroportofrankivska Str., Odesa, Ukraine*

ESSENCE OF ORGANIZATIONAL AND CORPORATE CULTURES OF UNIVERSITIES AS SOCIOCULTURAL PHENOMENA: COMPARATIVE REVIEW

The article is concerned with the essence of organizational and corporate cultures, their role in the development of modern higher educational institutions; the peculiarities of these cultures amidst university lecturers are considered on the basis of comparative analysis. The research carried out at pedagogical universities of different regions of Ukraine has shown that the universities do not have a dominating type of corporate culture. Their corporate culture type is considered to be bureaucratic, in which a personality is neutralized and its contribution to university activity is estimated formally, according to directions and standards. It is desired to change this type of culture to the family one, where personal and more expressive evaluation and relations are predominant with less strict obedience to formal directions and orders. Despite regional differences, differences in cultural and academic traditions, pedagogical university lecturers were extremely cautious and conservative in their estimations. The most difficult was the necessity to realize and de-

termine one's values in terms of desired future; it can be interpreted as disinterest in university activity and development, active participation in this process. On the one hand, it shows that culture of administrating modern pedagogical universities is not oriented at effective use of lecturers' personal potential, keeping to planned management without regard to internal relations of the staff, their corporate culture. On the other hand, it shows Soviet mentality, when the staff had no real impact on activity and development of their organization. This, it is proved that organizational and corporate culture are independent phenomena which determine the specific character of university internal culture; their common elements are artifacts, organization mission and working conditions. They are one of the main components necessary for achieving organization goals, improving its efficiency, innovation management. It is culture which provides people's acquisition of new ideas, their readiness and ability to support and implement innovations in all spheres of life.

Keywords: corporate culture, organizational culture, comparative review, pedagogical university, lecturers.

Подано до редакції 04.09.2015
