

*Койчева Тетяна Іванівна,
кандидат педагогічних наук,
доцент, начальник науково-дослідного сектору
Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського*

Постановка проблеми. Сучасні університети, поряд з іншими підприємствами і організаціями, знаходяться в постійній боротьбі за виживання в умовах ринкової економіки. Перехід до ринкової економіки вимагає постійної готовності до змін, уміння управляти цими змінами. Однак, приступивши до перетворень, вищі навчальні заклади зіткнулися з досить сильним внутрішнім опором - опором сформованих і ustalених в організації за попередні роки її існування культури відносин співробітників і професорсько-викладацького складу. На думку вчених, в основі багатьох проблем, пов'язаних з реформами і змінами в організаціях будь-якого типу, лежить забуття того, що різка зміна будь-якої культури руйнує умови для конструктивної спільної діяльності та призводить до негативних наслідків [1, 2].

Аналіз досліджень і публікацій. 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. Клукхольм, М. Магура, О. Огнев, Т. Пітерс, Р. Рюттінгер, В. Співак, С. Сурков, Р. Уотермен, Е. Шейн та ін.). До питань внутрішньої організаційної культури вищих навчальних закладів, зокрема університетів, дослідники стали звертатися лише в останнє десятиліття (Н. Власова, Ю. Тютюнников, М. Мазниченко, Г. Мальцева, Н. Яблонскене та ін.). У той же час саме освітня і науково-дослідна діяльність університетів розглядаються в якості важливого ресурсу створення наукоємних технологій майбутнього та підготовки відповідних до їх вимог фахівців [3].

Корпоративна культура університету є одним з найважливіших параметрів оцінки його діяльності за європейськими стандартами якості освіти. Дослідження корпоративної культури будь-якого освітнього закладу ускладнюється тим, що вона має двояку природу: з одного боку, це культура відносин у зв'язку з просуванням власних інтересів на ринку освітніх послуг, культура зовнішньої і внутрішньої конкурентної боротьби, з іншого - це традиційна академічна культура, заснована на збереженні і збільшенні ustalених педагогічних цінностей [4].

У соціологічних дослідженнях показано, що культура організації в нових ринкових соціально-економічних умовах «відкритого суспільства» має принципово інший характер, ніж у плановій соціалістичній економіці. Зарубіжні дослідники з'ясували, що за останні двадцять років деякі фірми США, не володіючи ні однією з базових традиційних переваг у бізнесі, досягали успіху за рахунок ефективно сформованої організаційної культури [1]. Пояснюється цей феномен тим, що в рамках «спільної долі» відбувається збіг цінностей організації та її окремих співробітників у межах трудового процесу: продуктивна діяльність 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, стимули і комунікацію працівників: успіху добиваються ті організації, філософія яких очевидна як їх персоналу, так і громадськості (споживачам). Таким чином, через внутрішню корпоративну культуру організації реалізується одна з базових потреб людини - потреба в приналежності до якої-небудь групи.

Поняття «корпоративна культура» не є звичним для вчених, співробітників та студентів університетів. Це пов'язано насамперед з відсутністю у вищих навчальних закладів досвіду автономії і негативною оцінкою корпорації як такої. Разом з тим, феномен корпорації та корпоративної культури освітніх установ взагалі і університетів зокрема фактично реально існує з часу їх виникнення. Саме корпорація (об'єднання) студентів і педагогів стала джерелом створення перших європейських університетів у середні століття. Сьогодні культура відносин, що супроводжує організацію науково-дослідної та навчальної роботи в університетах сприймається співробітниками скоріше як чуттєво-емоційна, ніж реально усвідомлювана даність.

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 членами організації);
- корпоративна культура - це те, чим організація є (яка місія організації і як вона реалізується всередині і поза самої організації, система її управління);
- корпоративна культура - це колективне програмування свідомості, мислення та поведінки співробітників, що відрізняє членів однієї організації від іншої [5, 6].

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

Друге і третє визначення представляються 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 внутрішнього духу культури, її традицій і культивованих цінностей знову сформованим місії та цілям організації. Досвід показує, що при реформуванні, викликаному різкою зміною зовнішніх умов, нові цілі, які об'єктивно диктуються зовнішнім середовищем, часто не відповідають корпоративній культурі, яка склалася в організації.

Ще одне важливе питання, що потребує уточнення - це співвідношення корпоративної та організаційної культури. В одних випадках вони розглядаються як тотожні явища, в інших - як супідрядні один одному. У своєму дослідженні корпоративну та організаційну культури ми розглядаємо як самостійні феномени. Нам здається, що це різні явища, які мають перетин у своїх елементах. Такими загальними елементами є артефакти, місія організації та умови праці. Однак є аспекти, що розрізняють ці два типи культур.

В організаційну культуру входить сама структура організації, яка має відкрито імперативний характер і виражається в документах, наказах, інструкціях. Головний аспект культури корпоративної - це цінності, яких явно і неявно дотримуються члени організації у своїй індивідуальній та колективній діяльності, декларування і залучення до яких в більшості випадків не відбувається прямо і очевидно. Тільки задовольнивши свої базові матеріальні потреби, працівники в змозі звернутися до цінностей корпоративної культури, які є «надбудовою» над артефактами, місією, історією та святами. Серед цих цінностей почуття «спільної долі», причетності спільній справі, довіра до керівництва, уміння працювати в команді і віра у взаємодопомогу, можливість самореалізації, стабільність, упевненість у

завтрашньому дні, захищеність інтересів і прав працівника, виконання обов'язків на високому рівні, прийняття на себе відповідальності, віра в свої сили (цінність працівника) і т.д.

Аналіз сучасної ситуації розвитку вітчизняних педагогічних університетів показує, що її характеризує ряд загальних об'єктивних чинників, таких як: перехід на дворівневу систему підготовки фахівців, що потребує суттєвої організаційно-методичної перебудови освітнього процесу, реформування освітньої діяльності з урахуванням європейських стандартів якості, демографічна криза, яка призвела до зменшення кількості абітурієнтів, скасування вступних іспитів у зв'язку з переходом на зовнішнє незалежне оцінювання і зниження якості освітньої підготовки, економічна криза, яка призвела до зниження платоспроможності осіб, які здобувають освіту на контрактній основі, та зменшення обсягів державного фінансування діяльності університету, кадрова криза, пов'язана зі старінням професорсько-викладацького складу і низькими темпами відтворення науково-педагогічного потенціалу ВНЗ [6].

Усі названі вище умови неминуче ведуть до збільшення конкуренції на ринку освітніх послуг і, відповідно, зростанню вимог до якості освітньої та науково-дослідної діяльності університетів. Одним з можливих шляхів підвищення ефективності управління вищим навчальним закладом у цих умовах є трансформація корпоративної культури ВНЗ, зміна її типу.

Метою даної статті є дослідження особливостей корпоративної культури викладачів педагогічного університету.

Виклад основного матеріалу. Протягом 2009-2012 рр. у деяких педагогічних університетах України було проведено дослідження стану корпоративної культури за методикою OCAI (Organization Culture Assessment Instrument) К. Камерона та Р. Куїнна [1]. Відповідно до критеріїв «гнучкість/індивідуальність», «стабільність/контроль», «орієнтація на зовнішню/внутрішню середу» ця методика дозволяє виділити чотири типи корпоративної культури: клановий або сімейний (далі - тип А), адхократичний або новаційний (В), ринковий (С), бюрократичний чи ієрархічний (Д).

У рамках даної методики викладачам університету було запропоновано заповнити опитувальник, який містить висловлювання, що описують цінності різних типів культур. Цінності вважаються значущими і несуперечливими, якщо їх обрали не менш 75% опитаних, тобто коефіцієнт збігу цінностей становить 0,75 і більше або 0,25 і менше.

У дослідженні брали участь 438 викладачів у віці від 25 до 70 років, з науковими ступенями та вченими званнями і без них.

За підсумками обробки отриманих даних було встановлено, що в середовищі викладачів педагогічних університетів відсутній явно домінуючий тип корпоративної культури. За отриманими оцінками викладачів практично всі типи корпоративної культури в теперішньому часі у педагогічних університетах представлені в рівній мірі, про що свідчить діапазон середніх значень від 22,8 до 27,0%.

На рис.1 це проілюстровано профілем, де спостерігається незначне збільшення значень у бік бюрократичного або ієрархічного типу культури (Д - 27,0%). Бажаний стан корпоративної культури викладачами педагогічних університетів бачиться в її розвитку в сторону сімейного або кланового типу (А - 26,4%) і адхократичного або новаційного типу (В - 25,3%).

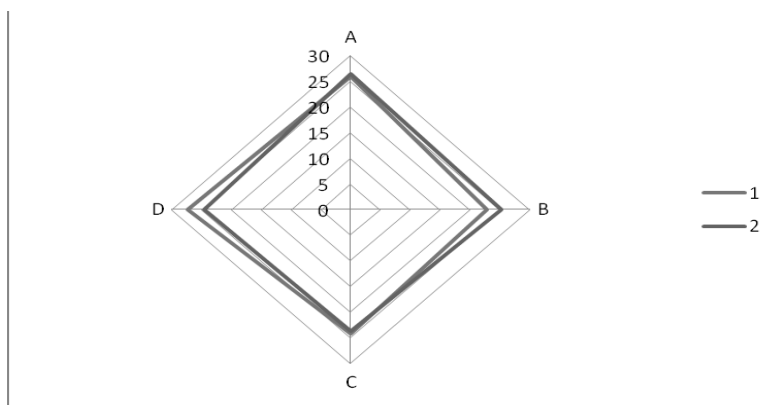


Рис. 1. Профіль типів корпоративної культури педагогічних університетів (1 - даний час, 2 - бажано)

Примітно, що у вибірці докторів і кандидатів наук, вікових групах від 25 і до 50 років спостерігаються тенденції, які практично не відрізняються від загальних по педагогічним університетам у цілому (див. рис. 2, 3, 4, 5).

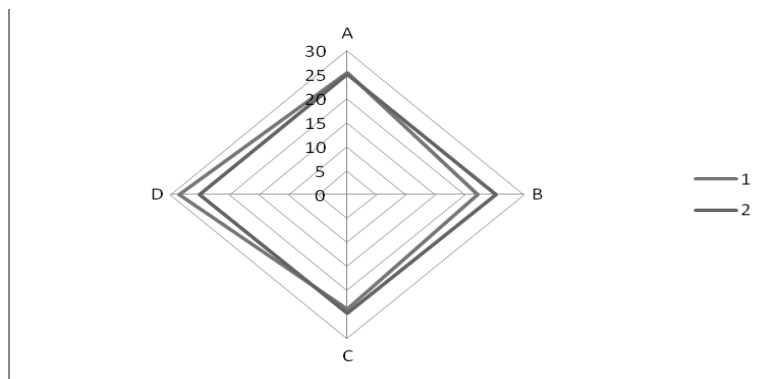


Рис. 2. Профіль типів корпоративної культури за оцінками докторів наук

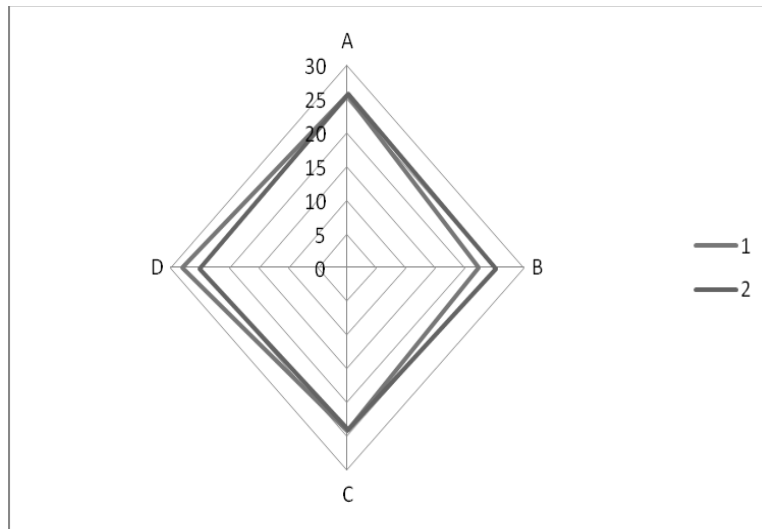


Рис. 3. Профіль типів корпоративної культури за оцінками кандидатів наук

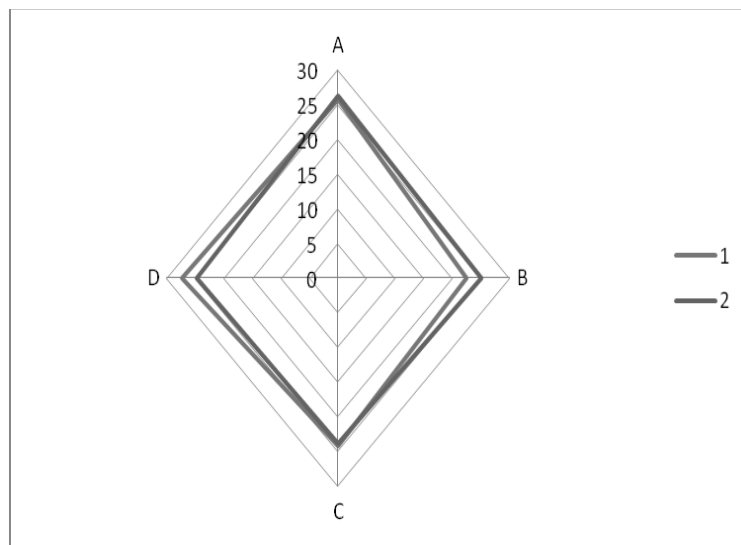


Рис. 4. Профіль типів корпоративної культури у віковій групі від 25 до 35 років

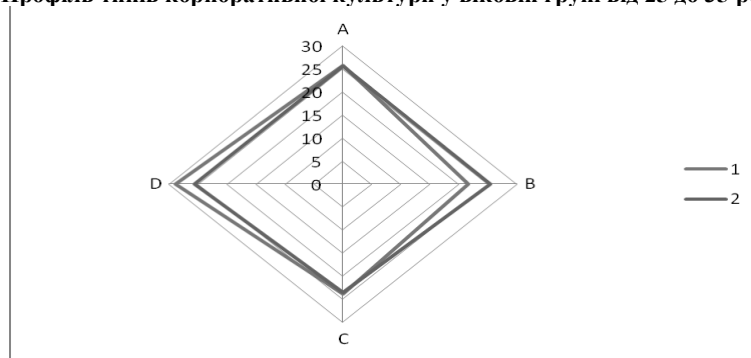


Рис. 5. Профіль типів корпоративної культури за оцінками у віковій групі від 35 до 50 років

Як бачимо, у всіх випадках існуючий у педагогічних університетах тип корпоративної культури оцінюється як бюрократичний з бажаною його зміною в бік сімейного або адхократичного.

Найбільш очевидні розходження в оцінці існуючих типів корпоративної культури і їх бажані зміни були встановлені у вибірці викладачів без наукового ступеня і вченого звання і тих, хто віддав перевагу брати участь в дослідженні анонімно.

Так, за оцінкою викладачів без ступеня і звання в педагогічних університетах (рис. 6) переважають сімейний (А) і бюрократичний (Д) типи корпоративної культури. При цьому найбільш бажаними бачаться її зміни в бік посилення сімейного (А) і адхократичного (В) типів корпоративної культури при ослабленні ринкового (С) і бюрократичного (Д).

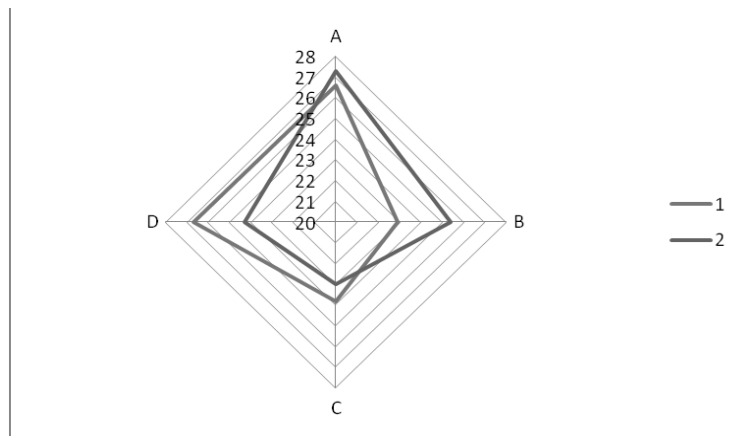


Рис. 6. Профіль типів корпоративної культури за оцінками вибірки викладачів без ступеня і вченого звання

Аналогічні тенденції були відзначені і у вибірці викладачів, які вважали за краще брати участь в опитуванні анонімно. Як бачимо з профілю на рис. 7, існуючий в педагогічному університеті тип корпоративної культури більшість оцінює як сімейний або бюрократичний. При цьому найбільш бажаними бачаться зміни в посиленні сімейного типу корпоративної культури і адхократичного.

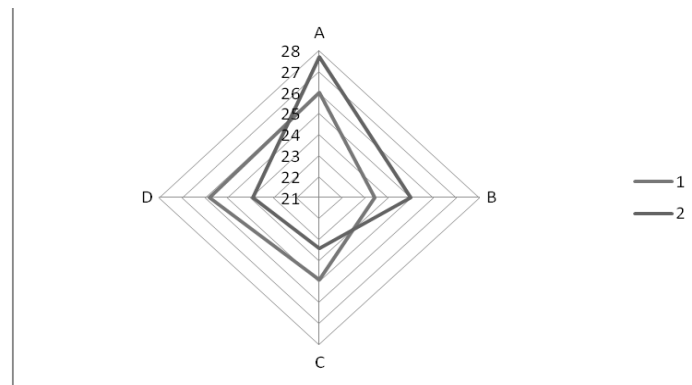


Рис.7. Профіль типів корпоративної культури за оцінками вибірки викладачів – анонімів

Найменш бажаними для даної вибірки є розвиток корпоративної культури по типу бюрократичної і ринкової. Примітно, що така ж тенденція спостерігалася у вибірці викладачів старше 50 років, про що свідчить профіль на рис. 8.

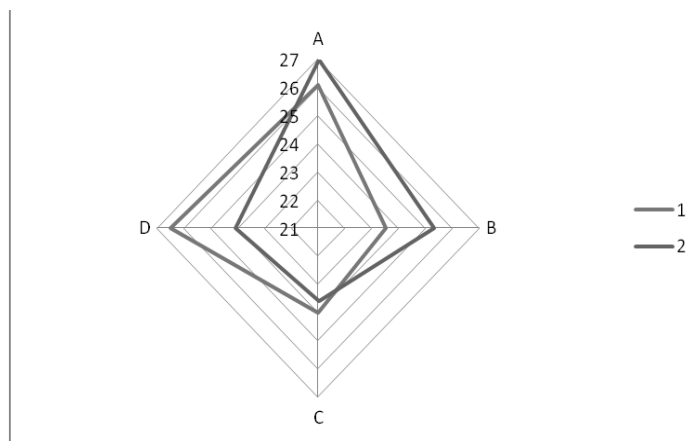


Рис. 8. Профіль типів корпоративної культури за оцінками вибірки викладачів після 50 років

Висновки. Таким чином, результати застосування методики ОСАІ дозволяють уточнити систему цінностей, характерних для корпоративної культури викладачів педагогічного університету в поточній ситуації та їх розвиток у майбутньому. 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%. Тим не менш, на думку більшості, існуючий у педагогічних університетах тип корпоративної культури оцінюється як бюрократичний, в якому нівелюється особистість і оцінка її внеску в діяльність університету проводиться формально, згідно з інструкціями і нормативами. Бажаним для більшості є зміна цього типу корпоративної культури на сімейний, де переважають персональні та більш емоційно забарвлені оцінки і відносини, з менш жорстким підпорядкуванням формальних інструкцій і розпоряджень.

Примітно, що серед бажаних для розвитку в майбутньому відзначається адхократичний тип корпоративної культури, відмінною рисою якого є інноваційність, гнучкість і толерантність, здатність до продуктивного мислення, співпраці і взаємодії в малих групах, під рішення конкретної задачі. Найбільш схильні до подібних змін - викладачі без ступеня і вченого звання, орієнтовані на кар'єрний зріст, і ті, хто в силу віку вже досяг піку своєї кар'єри і може

присвятити себе вільній творчості в залежності від власних інтересів і можливостей.

Привертає увагу той факт, що, незважаючи на регіональні відмінності, відмінності в культурних та академічних традиціях, викладачі педагогічних університетів виявилися вкрай обережні і консервативні у своїх оцінках. Особливі труднощі у них викликала необхідність усвідомити і позначити свої цінності в рамках бажаного майбутнього, що можна розцінювати як незацікавленість у діяльності університету, його рості і розвитку, відстороненість від активної участі в цьому процесі. Правомірно припустити, що це свідчить, з одного боку, про відсутність у культурі управління сучасними педагогічними університетами орієнтації на ефективне використання особистісного потенціалу викладачів, збереження в педагогічних ВНЗ менеджменту планового господарювання, без урахування і використання ресурсів внутрішніх відносин співробітників, їх 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.

Теоретики і практики довели, що корпоративна культура значно впливає на індивідуальну та групову поведінку, діяльність людей [2, 7]. Кількість і якість роботи, що виконується співробітниками організації, залежить саме від соціально-психологічного змісту культури підприємства. Соціальне навколишнє середовище має настільки сильний вплив, що люди або починають працювати так, щоб перевершити інших (або не відстати від них), або ставляться до роботи байдуже. Таким чином, корпоративна культура є одним з 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 у всіх сферах життя.

Резюме. У статті розкривається роль корпоративної культури в розвитку сучасного вищого навчального закладу, розглядаються її особливості в середовищі викладачів педагогічного університету, наводяться результати експериментального дослідження. **Ключові слова:** корпоративна культура, педагогічний університет, викладачі.

Резюме. В статье раскрывается роль корпоративной культуры в развитии современного высшего учебного заведения, рассматриваются ее особенности в среде преподавателей педагогического университета, приводятся результаты экспериментального исследования. **Ключевые слова:** корпоративная культура, педагогический университет, преподаватели.

Summary. In the article treated is the role of corporate culture in the development of modern institution of higher education, its features among the teachers of Pedagogical University are considered, the results of the pilot study are shown. **Keywords:** corporate culture, pedagogical university, lecturers.

Література

1. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / К.Камерон, Р.Куинн. - СПб.: Питер, 2001. - 221 с.
2. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э.Шейн - СПб: Питер, 2002. - 336 с.
3. Тюнников Ю., Мазниченко М. Корпоративная культура как фактор конкурентоспособности вуза / Ю.Тюнников, М.Мазниченко // Высшее образование в России. - 2005. - № 10. - С. 69.
4. Беляев А. Корпоративная культура университета: от теории к практике / А.Беляев // Высшее образование в России. - 2007. - № 11. С. 62.
5. Мальцева Г. И. Университетская корпоративная культура / Г.И.Мальцева // Университетское управление: практика и анализ. - 2005. - № 2. - С. 95-103.
6. Яблонскене Н. Л. Корпоративная культура современного университета / Н. Л. Яблонскене // Университетское управление: практика и анализ. - 2006. - № 2. - С.8.
7. Спивак В. А. Корпоративная культура: теория и практика / В. А. пивак. - СПб.: Питер, 2001. 345 с.