

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ПАРАМЕТРІВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ВИКЛАДАЧІВ УНІВЕРСИТЕТУ**

*У статті подаються дані опитування викладачів без наукового ступеня щодо їх визначення до певних типів корпоративної культури. Представлені результати експериментального дослідження параметрів корпоративної культури, що пов'язані з продуктивністю наукової діяльності.*

*Ключові слова: викладачі, типи корпоративної культури, продуктивність наукової діяльності.*

Наприкінці ХХ століття дослідження корпоративної культури здійснюється переважно у зв'язку з пошуками шляхів і засобів підвищення економічної ефективності діяльності організацій і в контексті розробки їх ефективного менеджменту. Загальні теоретико-методологічні принципи дослідження корпоративної культури як соціокультурного феномена розкрито у працях О. Алексеева, С. Белановського, П. Гуревича, Л. Когана, Ю. Левади, Д. Невірко, В. Немировського, В. Ольшанського, З. Файнбурга і багатьох інших дослідників. Зокрема, досліджено особливості та рівні трансформації корпоративної культури в умовах пострадянського "транзитивного суспільства" і специфічних в умовах функціонування сучасних університетів (Є. Аверченко, А. Богаєвська, О. Булигін, Л. Гордон, І. Дубов, О. Дубровін, Л. Кукса, В. Розін, Т. Стефаненко, В. Ядов та інші).

Сьогодні доведено, що внутрішня культура організації, що складається з цінностей, якими керуються її члени, є найважливішим джерелом конкурентної переваги, її інноваційного розвитку (Р. Акофф, А. Кеннеді, У. Оучи, С. Хенді, Г. Хофстеде, Є. Шейн та ін.). Виявлено й схарактеризовано типи, умови, показники становлення й зміни культури організації (Р. Блейк, Н. Веселова, С. Гирц, Н. Гончарова, Е. Гофман, Н. Зарубіна, Ф. Клакхон, К. Камерон, Р. Куїнн, К. Левін, В. Маслова, М. Моран, Дж. Пфєффер, В. Сате, Дж. Тернер, Т. Парсонс та ін.); чинники, що впливають на ефективність становлення і розвитку корпоративної культури організації, її соціальний розвиток (В. Афанасьєв, В. Біленький, Ф. Бородавкін, В. Герчиков, Т. Заславська, С. Калашніков, В. Магун, Н. Наумова, О. Свенцицький, М. Удальцова, В. Ядов та ін.).

За визнанням учених, корпоративна культура за своєю сутністю відтворює сукупність моделей поведінки і способів діяльності членів певної організації, яких вони набули в процесі узгодження цілей, цінностей, способів взаємодії та комунікації, і які є внутрішнім ресурсом, людським потенціалом розвитку організації, простором для удосконалення й модернізації її діяльності [1]. За своєю природою і сутністю корпоративна культура організації на шляху підвищення ефективності діяльності й якості її результатів є інструментом, що дозволяє спрямовувати зусилля й можливості всіх підрозділів організації та її членів на досягнення спільних цілей на засадах взаєморозуміння, співтворчості і взаємного доповнення [1, 2].

З метою вивчення особливостей корпоративної культури викладачів педагогічного університету протягом 2005–2013 рр. проводився її моніторинг за стандартними методиками [3; 4]. Зокрема, була використана методика рамкового дослідження корпоративної культури OSAI, запропонована К. Камероном і Р. Куїнном [5].

У таблиці 1 представлені дані опитування викладачів без наукового ступеня Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського. У ній і далі по тексту використовуються умовні символи, що позначають: А – клановий (сімейний) тип корпоративної культури; В – адхократичний; С – ринковий; D – ієрархічний (бюрократичний).

Загальна характеристика цієї вибірки викладачів педагогічного університету в таблиці 1.

**Загальна характеристика складу вибірки викладачів без наукового ступеня**

Віковий діапазон	Кількість осіб	Середнє значення				
		Середній вік	Типи корпоративної культури (у%)			
			А	В	С	Д
До 35 років	48	30,9	24,0	22,2	24,4	29,5
36-50 років	42	42,5	25,9	22,6	26,1	25,5
Понад 51 рік	38	60,3	25,0	23,8	24,4	26,7
Разом	128	44,0	25,0	22,8	25,0	27,2

З наведених даних бачимо, що у цілому вибірка складалась з 128 викладачів. З них 48 осіб було віком до 35 років, 42 – віком від 36 до 50 років і 38 – віком понад 51 рік. Середній вік викладачів без наукового ступеня складав 44,0 роки.

Із усієї кількості опитаних викладачів 25,0% визначились за клановим типом корпоративної культури, 22,8% – за адхократичним; 25,0% – за ринковим і 27,2% – за ієрархічним. Ці дані дають підстави вважати, що серед викладачів педагогічного університету без наукового ступеня дещо переважають цінності ієрархічної корпоративної культури, у рівному ступені представлені цінності кланової і ринкової культури. Менше викладачів визначались у цінностях адхократичного типу корпоративної культури.

За віком їх уподобання розподілись таким чином:

до 35 років – кланова корпоративна культура (24,0%), адхократична (22,2%), ринкова (24,4%), ієрархічна (29,5%);

36-50 років – кланова корпоративна культура (25,9%), адхократична (22,6%), ринкова (26,1%), ієрархічна (25,5%);

понад 51 рік – кланова корпоративна культура (25,0%), адхократична (23,8%), ринкова (24,4%), ієрархічна (26,7%).

Отже для всіх вікових груп серед викладачів без наукового ступеня найменш привабливим є адхократичний тип корпоративної культури.

Ставлення викладачів без наукового ступеня до цінностей корпоративної культури, визначеного за методикою ОСАІ К. Камерона і Р. Куїнна, наведено в таблиці 2.

Таблиця 2.

**Параметри корпоративної культури  
(за методикою ОСАІ К. Камерона-Р. Куїнна)**

Параметри оцінювання	Типи корпоративної культури (у%)			
	А	В	С	Д
Найважливіші характеристики	27,1	19,2	32,2	21,5
Стиль лідерства і керівництва	21,3	20,9	19,9	36,3
Управління співробітниками	26,1	23,8	20,6	27,8
Єднальна сутність організації	23,2	24,7	20,2	30,3
Стратегічна спрямованість	24,1	23,3	26,8	24,1
Критерії успіху	25,9	22,8	28,0	21,4

Як бачимо, за параметром "Найважливіші характеристики" найбільшу кількість оцінок отримали показники ринкового типу корпоративної культури (32,2%). Відповідно до думки викладачів без наукового ступеня, для педагогічного університету переважною є його характеристика як організації, орієнтованої на результат. При цьому люди націлені на суперництво і досягнення мети. Головне для них домогтися виконання завдання. 27,1%

оцінили найважливіші характеристики корпоративної культури університету за показниками кланового типу (організація унікальна за своїми особливостями, вона подібна великій родині, її співробітники мають багато спільного). 21,5% викладачів виділили характеристики, що визначають приналежність корпоративної культури викладачів університету до ієрархічного типу (організація жорстко структурована і строго контролюється, дії людей визначаються формальними процедурами) і 19,2% – адхократичному, де організація проявляється як дуже динамічна і пройнята духом підприємництва, її співробітники готові йти на ризик.

За параметром "Стиль лідерства та керівництва" найбільшу кількість оцінок (36,8 %) було віддано показникам ієрархічного типу корпоративної культури, згідно з якими керівництво в університеті являє собою приклад координації, чіткої організації і плавного ведення справ. У 21,3% були зазначені показники кланового типу, згідно з якими загальний стиль лідерства в організації проявляється у прагненні допомогти і навчити. Деяко менша кількість – 20,9% – оцінили цей параметр, як такий, що відповідає адхократичному типу корпоративної культури, де стиль лідерства є прикладом підприємництва, новаторства і схильності до ризику. 19,9% викладачів оцінили цей параметр як прояв стилю лідерства і керівництва ринкового типу корпоративної культури (служить прикладом діловитості, агресивності, орієнтації на результати).

За параметром "Управління співробітниками" 27,8% було віддано показникам ієрархічного типу корпоративної культури, де стиль менеджменту характеризується гарантією зайнятості, вимогою підпорядкування, передбачуваності і стабільності у відносинах; 26,1% – показникам кланового типу (стиль менеджменту характеризується заохоченням бригадної роботи, однотайності та участі у прийнятті рішень); 23,8% – адхократичного, що характеризується заохоченням індивідуального ризику, новаторства, свободи і самобутності, і 20,6% – ринкового, який характеризується високою вимогливістю, жорстким прагненням до конкурентоспроможності і заохоченням досягнень.

За параметром "Єдність сутності організації" спостерігалася подібна тенденція: за результатами одержаних оцінок 30,3% віддали перевагу показникам ієрархічного типу корпоративної культури (формальні правила і офіційна політика, важлива підтримка плавного ходу в діяльності організації). У середньому 24,7% – адхократичного типу (підприємство пов'язує прихильність новаторства і вдосконалення, акцентується на необхідності бути на передових рубежах); 23,2% отримали показники кланового типу (підприємство пов'язує воедино відданість справі і взаємна довіра, обов'язковість цінується дуже високо); 20,2% отримали показники ринкового типу (акцент на досягненні мети і виконанні завдання, загальноприйняті теми – агресивність і перемога).

Показники параметра "Стратегічна спрямованість" отримали наступні оцінки: 26,8% зробили наголос на конкурентних діях і досягненнях, вважають, що домінує цільове напруження сил і прагнення до перемоги на ринку, що відповідає ринковому типу корпоративної культури; по 24,1% визначили їх як прояв ієрархічного (акцент на незмінності та стабільності, найважливіше контроль і плавність всіх дій) і кланового типу корпоративної культури (організація фокусує увагу на гуманному розвитку, наполегливо підтримується висока довіра, відкритість і співучасть); 23,3% вважають найбільш привабливим адхократичний тип, згідно з яким організація акцентує увагу на здобутті нових ресурсів та вирішенні нових проблем, при цьому цінуються апробація нового і вишукування можливостей для поліпшення.

За параметром "Критерії успіху" відповіді розподілилися наступним чином: 28,0% надали перевагу показникам корпоративної культури ринкового типу (успіх – це перемога на ринку і випередження конкурентів, ключ успіху – конкурентне лідерство); 25,9% було віддано показникам кланового типу (організація визначає успіх на базі розвитку людських ресурсів, бригадної роботи, захопленості працівників справою і турботою про людей); 22,8% – адхократичному типу (визначення успіху через володіння унікальною або новітньою продукцією, це виробничий лідер і новатор); 21,4% – показникам ієрархічного типу (успіх –

це перемога на ринку і випередження конкурентів, ключ успіху – конкурентне лідерство).

Таким чином, аналіз відповідей, отриманих у результаті опитування викладачів без наукового ступеню за методикою ОСАІ К. Камерона-Р. Куїнна, дозволив визначити, які саме характеристики корпоративної культури вони співвідносять з особливостями прояву її цінностей в середовищі викладачів педагогічного університету.

Наступний крок в експериментальній роботі був спрямований на виявлення особливостей розподілу оцінок викладачів без наукового ступеню за параметрами корпоративної культури і продуктивністю їх наукової діяльності. За основу характеристики їх наукової продуктивності були прийняті дані щорічних звітів, куди входила оцінка кількості публікацій у наукових виданнях міжнародного, національного та регіонального рівнів, участь у конференціях різного рівня, підготовка, захист і керівництво дисертаціями, рецензування монографій, дисертацій та авторефератів і т.д. Усі види наукової продукції викладачів університету оцінювалися за єдиною шкалою, введеної в дію і затвердженою рішенням ученої ради університету. У таблиці 3 ці результати схарактеризовані з урахуванням продуктивності наукової діяльності викладачів без наукового ступеня.

Таблиця 3.

**Оцінка параметрів корпоративної культури педагогічного університету викладачами без наукового ступеня з урахуванням продуктивності наукової діяльності**

Параметри за методикою ОСАІ	Типи культури	Усього	0-1000	1001-2000	Понад 2001
Найважливіші характеристики	A	27,1	28,8	23,8	22,4
	B	19,2	20,0	22,9	6,7
	C	32,2	30,8	26,1	54,2
	D	21,5	20,5	27,3	16,7
Стиль лідерства та керівництва	A	21,3	23,4	17,5	15,0
	B	20,9	21,6	21,3	15,8
	C	19,9	19,4	26,3	10,8
	D	36,3	33,1	35,8	58,3
Управління співробітниками	A	26,1	27,8	21,7	24,2
	B	23,8	26,1	20,0	15,8
	C	20,6	21,3	20,8	15,8
	D	27,8	22,4	37,5	44,2
Сутність організації	A	23,2	23,1	23,8	22,5
	B	24,7	24,3	26,3	24,2
	C	20,2	21,0	18,8	17,5
	D	30,3	29,1	31,3	35,8
Стратегічна спрямованість	A	24,1	24,9	25,8	15,0
	B	23,3	24,4	22,1	18,3
	C	26,8	25,9	27,1	32,5
	D	24,1	22,4	25,0	34,2
Критерії успіху	A	25,9	26,5	25,8	22,5
	B	22,8	22,1	19,6	33,3
	C	28,0	28,3	27,5	27,5
	D	21,4	20,6	26,3	16,7

Як бачимо, у групі викладачів педагогічного університету, які не мають наукового ступеня, з найвищою продуктивністю наукової діяльності (понад 2001 бали) параметр "найважливіші характеристики" 54,2% оцінили як відповідний ринковому типу; 22,5% – клановому, 16,7% – ієрархічному і лише 6,7% – адхократичному.

Серед викладачів з продуктивністю наукової діяльності 1001-2000 балів оцінки за цим

параметром розподілились таким чином: 27,3% віддали переваги ієрархічному, 26,1% – ринковому, 23,8% – клановому і 22,9% – адхократичному типу корпоративної культури.

У групі викладачів з продуктивністю наукової діяльності 0-1000 балів найбільшу кількість оцінок було отримано за ринковим типом – 30,8%. 28,8% оцінок було надано клановому типу; 20,5 % оцінили даний параметр як прояв ієрархічної культури і 20,0% – адхократичної.

За параметром "Стиль лідерства та керівництва" оцінки викладачів розподілились таким чином:

у групі з продуктивністю 0-1000 балів 33,1% оцінили його як відповідний ієрархічному, 23,4% – клановому, 21,6% оцінили його як відповідний адхократичному типу корпоративної культури, 19,4% – ринковому;

у групі з продуктивністю 1001-2000 балів 35,8% оцінили як відповідний ієрархічному, 26,3% – ринковому, 21,3% – адхократичному і 17,5% – клановому типу корпоративної культури;

у групі з продуктивністю понад 2001 бали 58,3% оцінили цей параметр як відповідний ієрархічному типу корпоративної культури, 15,8% – адхократичному, 15,0% – клановому і 10,8% – ринковому.

За параметром "Управління співробітниками" диференціювання оцінок у групах викладачів з різним ступенем продуктивності наукової діяльності було таким:

0-1000 балів – 27,8% оцінили його як прояв кланового типу корпоративної культури, 26,1 % – адхократичного, 22,4% – ієрархічного і 21,3% – ринкового;

1001-2000 балів – 37,5% оцінили як прояв ієрархічного, 21,7% – кланового типу, 20,8% – ринкового і 20,0% – адхократичного;

понад 2001 бали – 44,2% оцінили як прояв ієрархічного типу корпоративної культури, 24,2% – кланового, по 15,8% – адхократичного і ринкового.

Наступний параметр "Єднальна сутність організації" виявив, що найбільша кількість викладачів (29,1%) у групі з продуктивністю наукової діяльності 0-1000 балів оцінили його як прояв ієрархічного типу корпоративної культури; 24,3% – адхократичного, 23,1% – кланового, 21,0% – ринкового.

У групі викладачів, продуктивність наукової діяльності яких складає 1001-2000 балів, 31,3% зазначили прояв цього параметру як належний ієрархічній культурі, 26,3% – адхократичній, 23,8% – клановій, 18,8% – ринковій.

У групі викладачів з продуктивністю наукової діяльності понад 2001 бали 35,8 % визначили його як прояв ієрархічної культури, 24,2% – адхократичної, 22,5% – кланової і 17,5% – ринкової.

За параметром "Стратегічна спрямованість" результати опитування виявило такі результати: серед викладачів з продуктивністю наукової діяльності 0-1000 балів найбільша кількість (25,9%) оцінила його як прояв ринкового типу корпоративної культури, 24,9% – кланового, 24,4% – адхократичного, 22,4% – ієрархічного. У наступній за продуктивністю наукової діяльності групі оцінки викладачів розподілились таким чином: 27,1% визначили стратегічну спрямованість як прояв ринкової корпоративної культури, 25,8% – як вияв кланової, 25,0% – ієрархічної, 23,8% – адхократичної.

У групі кандидатів наук з продуктивністю понад 2001 бали 34,20% оцінили цей параметр як вияв ієрархічної, 32,5% – ринкової, 18,3 – адхократичної і 15,0% – кланової корпоративної культури.

За параметром "Критерії успіху" результати у групах з різним рівнем продуктивності наукової діяльності були представлені наступним чином:

0-1000 балів – 28,3% – ринкова корпоративна культура, 26,5,% – кланова, 22,1% – адхократична, 20,6% – ієрархічна;

1001-2000 балів – 27,5 % – ринкова корпоративна культура, 26,3% – ієрархічна, 25,8% – кланова, 19,6% – адхократична;

понад 2001 бали – 33,3% – схарактеризували його як вияв адхократичної культури,



27,5% – ринкової, 22,5% – кланової, 16,7% – ієрархічної.

Як бачимо, усі отримані результати мають певні розбіжності за виміром ступеня прояву показника, відповідності його певному типу корпоративної культури і типовістю для всієї вибірки. Отримані результати показують, що за параметром "Найважливіші характеристики" клановий і адхократичний типи корпоративної культури не домінували у жодній групі викладачів; ринковий – у тих, хто потрапляли в інтервал 0-1000 балів і понад 2001 бали; ієрархічний – 1001-2000 балів.

За параметром "Стиль керівництва та лідерства" клановий, адхократичний і ринковий типи корпоративної культури не переважали у жодній групі; ієрархічний – був домінуючим у всіх групах.

За параметром "Управління співробітниками" перевагу характеристикам кланового типу корпоративної культури віддали викладачі, наукова продуктивність яких потрапляє в інтервал 0-1000 балів. Адхократичний і ринковий типи не отримали найвищої оцінки в жодній групі викладачів. Ієрархічний – переважав у групах з продуктивністю наукової діяльності 1001 – 2000 балів і понад 2001 бали.

За параметром "Єднальна сутність організації" у всіх групах перевага була надана ієрархічному типу корпоративної культури.

За параметром "Стратегічна спрямованість" оцінювання за характеристиками ринкового типу корпоративної культури домінувало у викладачів з продуктивністю понад 0-1000 і 1001-2000 балів, ієрархічної – понад 2001 бали. За параметром "Критерії успіху" у всіх групах домінували оцінки ринкового типу корпоративної культури.

Отримані результати показують, що корпоративна культура викладачів педагогічного університету являє собою дуже розмите і слабо виражене утворення. При цьому їхні уявлення про домінуючі основні характеристики корпоративної культури істотно змінюються залежно від рівня продуктивності наукової діяльності.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Беляев А. Корпоративная культура университета: от теории к практике / А. Беляев // Высшее образование в России. – 2007. – № 11. – С. 62–65.
2. Васенина И. Показатели корпоративной культуры вуза / И. Васенина, В. Черняева // Высшее образование в России. – 2004. – № 1. – С. 76–80.
3. Койчева Т. И. Опыт изучения корпоративной культуры педагогического университета [Электронный ресурс] / Т. И. Койчева // Концепт. – 2013. - №03 (март). – ART 13057. – 0,6 п.л. – URL: <http://e-concept.ru/201313057.htm>. – Гос.рег. – Эл. № ФС 44-49965. – ISSN 2304-120X.
4. Койчева Т. И. Особенности развития корпоративной культуры преподавателей педагогического университета / Т. И. Койчева // Педагогический процесс: теория и практика. – Вып. 4. – 2013. – С. 92 – 103.
5. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры: Пер. с англ. / Под ред. И.В. Андреевой. – С.-Пб: Питер, 2001. – 320 с.

Койчева Т.И.

#### **ИССЛЕДОВАНИЕ ПАРАМЕТРОВ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ УНИВЕРСИТЕТА**

*В статье подаются данные опроса преподавателей без научной степени относительно определенных типов корпоративной культуры. Представлены результаты экспериментального исследования параметров корпоративной культуры, связанных с продуктивной научной деятельностью.*

*Ключевые слова: преподаватели, типы корпоративной культуры, продуктивность научной деятельности.*

*INVESTIGATION OF THE PARAMETERS OF CORPORATE CULTURE  
OF UNIVERSITY'S TEACHERS*

*The article shows survey data of teachers without a scientific degree on certain types of corporate culture. The experimental study of the parameters of corporate culture associated with productive scientific activity is represented.*

*Key words: teachers, types of corporate culture, productivity of scientific activity.*

**УДК 378.014.62**

**Корольова І.І.**

***ОСОБЛИВОСТІ МОНІТОРИНГУ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ  
У ВИЩІЙ ШКОЛІ***

*У статті розкрито особливості моніторингу освітнього процесу у вищому навчальному закладі, що визначається дидактичним, виховним та освітнім підвидами педагогічного моніторингу, його принципами, формами здійснення.*

*Ключові слова: моніторинг освітнього процесу, якість освіти, принципи та форми моніторингу, педагогічний моніторинг, дидактичний, виховний, освітній.*

Освітнє середовище сьогодення визначається динамізмом суспільного життя, що спричиняє його модернізацію, орієнтовану на задоволення потреб у фахівцях, здатних до свідомого вибору, конкурентоспроможних на ринку праці, готових до постійного професійного зростання, соціально-професійної мобільності, виявлення креативних здібностей. Тому набуває актуальності пошук шляхів і засобів підвищення якості професійної підготовки, спрямованої на вирішення основних завдань щодо розвитку і удосконалення професійної підготовки майбутніх фахівців, визначених державою та суспільством, технології, що дозволяє контролювати й управляти якістю цього процесу, а саме моніторингу якості.

У сучасному суспільстві якість розглядається у двох аспектах: практичному – як задоволення запитів та очікувань, та технічному – як характер об'єкта або явища, тобто повний набір реалізованих характеристик якості, що пов'язані із запитом та очікуваннями.

Нормалізація управління будь-якою системою не може не ґрунтуватися на об'єктивних знаннях про цю систему. Динамізм такої складної ієрархічної системи, якою є освітня сфера, вимагає введення досконалої в технологічному відношенні та змістовної в своїй основі системи моніторингу. Тому метою нашого дослідження є визначення та розкриття особливостей моніторингу освітнього процесу у вищому навчальному закладі.

Означена проблема знаходить своє відображення в дослідженнях багатьох українських і зарубіжних учених, зокрема у працях В.І.Андреєва, І.В.Бестужева-Лади, В.Г.Горб, С.С.Єрмакової, Е.Ф.Зеєра, О.І.Локшиної, Т.О.Лукіної, О.І.Ляшенко, О.М.Майорова, Ю.О.Шихова та ін.

Важливим чинником в управлінні освітнім процесом в освіті, як зазначає Ю.Ю. Галієвська, залишається контроль – провідна функція управління, покликаний виконувати роль зворотного зв'язку між підсистемами внутрішнього управління у навчальному закладі [1]. Різні форми, методи традиційно здійснюваного контролю в сучасних умовах мало ефективні. Результати сучасних досліджень свідчать, що традиційні статистичні показники якості системи освіти не виявляють цілісності тенденцій розвитку в її основних ланках. Практика роботи показує, що кількісні показники не відображають істоти розвитку самої системи освіти, яка повинна характеризуватися, насамперед, гнучкими, гармонійними множинами якісних показників.