

УДК 338

DOI 10.25688/2312-6647.2019.22.4.9

**П.А. Починок,
О.Г. Кухаренко**

Когнитивная оценка организационной культуры колледжа как элемента инновационной архитоники вуза

Цель исследования заключается в том, чтобы на основе применения методики оценки организационной культуры ОСАИ, основанной на теоретической модели «рамочная конструкция конкурирующих ценностей» К. Камерона и Р. Куинна, исследовать специфику инновационной составляющей организационной культуры колледжа как уровневого элемента инновационной архитоники вуза в его взаимосвязи с конкурентной рыночной средой.

Ключевые слова: организационная культура; метод ОСАИ; колледж; вуз; образовательные услуги.

Теория экономического развития объясняет тип (вид) организационной культуры взаимодействием (влиянием) экономических интересов основных участников производственного процесса, проявляющихся совокупностью ценностей, норм, правил поведения, ритуалов и т. д.

Одним из институтов создания культуры от руководителя к преподавателю и далее — к студенту является современный колледж. Именно организационная культура руководителя образовательного учебного заведения является основой формирования организационной культуры преподавателей, студентов и колледжа в целом [1].

Однако постоянная новизна и сложность задач, решаемых колледжем на рынке образовательных услуг, смена требуемых управленческих навыков (твердые – мягкие – цифровые) в моделях управления сложными социально-экономическими системами заставляет переосмыслить как стратегию развития учебного заведения с позиции доминирования экзогенных факторов, так и роль организационной культуры в инновационном механизме управления колледжем.

Организационная культура имеет свои теоретические корни в антропологических исследованиях. Первым, кто дал социологическую и антропологическую интерпретацию концепции культуры, был английский ученый Эдуард Тайлор. Он определил культуру как «сложное целое, включающее знания, убеждения, искусство, закон, мораль, обычаи и любые другие способности и привычки, приобретенные человеком как членом общества» [8]. Исследования организационной культуры берут свое начало с 1940 г., но они были

слишком разрознены в тот период. Существует много определений организационной культуры. Большинство из них основано на идее, что организационная культура включает в себя членов организации с разными целями, силой, ответственностью и отношением, берет свое начало и развивается на всех иерархических уровнях и основана на широкой истории, которая реализуется в материальных аспектах организации [2]. Организационная культура может восприниматься как символический контекст, в котором формируются интерпретации организационной идентичности [6]. Одно из наиболее распространенных определений принадлежит Э. Шейну. Он утверждает, что организационная культура — это динамическое явление, которое окружает нас во все времена, постоянно развивается и создается нашими взаимодействиями с другими людьми и формируется поведением руководства. Это набор структур, процедур, правил и норм, которые направляют и ограничивают поведение [6].

Следует отметить, что понятие организационной культуры учебного заведения является сложным, многогранным предметом исследования. Это связано главным образом с более сложной и динамичной структурой коллектива колледжа, поскольку в нее, кроме основных сотрудников, входят студенты, также являющиеся носителями организационной культуры, состав которых ежегодно меняется. Помимо этого, организационная культура учебного заведения включает ряд отличительных черт, определяемых особой целью, смыслом, задачами, функциями, традициями и ритуалами, спецификой управления и складывающимися отношениями между преподавателями и студентами.

На уровне университета организационная культура может быть определена как набор ценностей и убеждений заинтересованных сторон университета (то есть руководящего состава, профессорско-преподавательского состава, студентов, вспомогательного персонала), основанных на традициях и передаваемых в устной и невербальной форме [3]. Культура учебного заведения зачастую осмысливается как ее индивидуальность, то есть то, что складывается из опыта восприятия архитектуры зданий, впечатлений от инфраструктуры вуза, общежитий, взаимодействия со студентами и т. д. [5].

Сегодня можно утверждать, что руководители учебных заведений все больше должны осознавать концепцию культуры и ее значительную роль в изменениях и развитии университета, поскольку эффективно управлять организационной культурой — это, несомненно, значит определять ее будущее.

Чтобы определить, к какому типу культуры относится организация, необходимо выявить само содержание культуры, то есть те составляющие компоненты, которые проявляются в сообществе работников организации. Носителями культуры колледжа являются профессорско-преподавательский состав, студенты, административный аппарат и вспомогательный персонал. В каждом звене формируется определенный набор ценностей и образцы поведения, которые складываются в организации в силу тех или иных обстоятельств. Сформированная культура колледжа охватывает большую область явлений духовной и материальной жизни коллектива: доминирующие в нем нормы и ценности,

официально или негласно принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы. Культура проникает во все составляющие колледжа, оказывая тем самым непосредственное влияние на его деятельность.

Для оценки сложившейся организационной культуры колледжа необходимо обратиться к существующей классификации организационных культур, которых известно множество. Наиболее часто используется в академических сферах классификация К. Камерона и Р. Куинна [4]. Они выделяют четыре типа организационных культур, основывающихся на конкурирующих (взаимоисключающих) ценностях: клановая, иерархическая (бюрократическая), рыночная и адхократическая на ранних стадиях развития.

Необходимо пояснить, что исследователи организационной культуры — К. Камерон и Р. Куинн — обозначают два важных измерения, по которым формирующиеся индикаторы попадают в одну из четырех главных групп. Первый индикатор отражает диапазон от многогранности и гибкости организационно-управленческих форм на одном краю до организационно-управленческой неколебимости, жесткости и иерархичности — на другом.

Второй индикатор — это диапазон от организационной сплоченности и согласованности на одном краю до организационной разобщенности и независимости на другом.

На рисунке 1 показано пересечение двух измерений и перечислены характерные для них ценности.



Источник: Cameron & Quinn, 1999.

Рис. 1. Четыре типа корпоративных культур

Метод OSAI (Организационный инструмент оценки культуры), разработанный К. Камероном и Р. Куинном, позволяет провести анализ корпоративной культуры компании и обработать результаты. Оценка заключается в проведении опроса, используемого руководителями для составления общего профиля организационной культуры [4]. OSAI определяет как текущую организационную, так и будущую организационную культуру. Эта структура служит способом диагностирования и инициирования изменений в организационной культуре, которую организации развивают по мере того как они проходят жизненные циклы и справляются с внешним воздействием окружающей среды [4]. Каждый профиль организационной культуры отражает основные атрибуты, такие как стиль управления, стратегические планы, климат, система вознаграждений, лидерство и основные ценности организации [4]. Поэтому изменение культуры требует, чтобы эти различные элементы были идентифицированы и изменены. Применяя OSAI для студентов колледжа, руководители организации могут определять и учитывать мысли, чувства и восприятие студенческого населения в отношении текущей и предпочтительной, будущей культуры колледжа. Это, в свою очередь, может служить основой для позитивных организационных изменений, а также повышения эффективности и производительности.

Можно с уверенностью утверждать, исходя из целей образовательной организации, что в ней складывается особая организационная культура. С одной стороны, в образовательной организации присутствует творческий характер работы, поскольку преподавателю необходимо (в идеале) быть не только профессионалом, но и носителем высоких морально-этических принципов. В то же время существуют регламентированные отношения «преподаватель – администрация образовательной организации» с большим объемом бумажной работы, коммерциализацией образования, при которой учащиеся превращаются в клиентов образовательной организации, потребителей образовательных услуг.

Учеба студентов колледжа достаточно специфична. Обучающийся проходит путь через стадию «оптация» (формирование профессиональных намерений) и частично через стадию «адаптанта» (вхождение в профессию после завершения профессионального обучения). Важной задачей учебного заведения в этот период становится поддержка студента и создание условий для его интеграции в профессиональную среду.

В условиях непрерывных изменений для отслеживания динамики изменения организационной культуры студенческого сообщества колледжа нами использовался метод OSAI [4]. Этот инструмент относительно прост в применении. Он основывается на проведении анкетирования и включает в себя визуализацию результатов. Также он предполагает построение профиля культуры: как должно быть и что есть теперь. Нами для проведения исследования в студенческой среде колледжа было адаптировано содержание анкеты. В анкетировании приняли участие 30 обучающихся колледжа РГСУ по специальности «Экономика и бухгалтерский учет». Студенты в письменной форме отвечали на поставленные вопросы, которые позволили в дальнейшем

определить, какое состояние организационной культуры сложилось в колледже РГСУ на текущий момент, а также какое они хотят видеть в перспективе.

По результатам опроса были сопоставлены представления об организационной культуре обучающихся колледжа. Проведенный анализ собранных представлений позволяет выявить организационно-культурные феномены и, соответственно, определить тенденции развития колледжа.

По важнейшим характеристикам студенты колледжа в большей степени ориентированы на семейную и бюрократическую типы организационной культуры.

Объективно для образовательного учреждения бюрократический тип организационной культуры, то есть документационно-информационное обеспечение управления образовательным процессом и системы сохранения данных, служит законодательно-обязательным для организационного прошлого – настоящего – будущего, выступая одновременно структурной и содержательной составляющими культуры колледжа.

Следующий выявленный тип организационной культуры колледжа — семейный, под которым понимается постоянный процесс коммуникации между студентами колледжа через формальные и неформальные способы общения, выдержавшие испытание временем, посредством которых организационная культура передается от старых членов ее новым членам, формируя ощущение их идентичности, а зачастую и сами собой разумеющиеся наставления о том, как в колледже можно чего-то добиться.

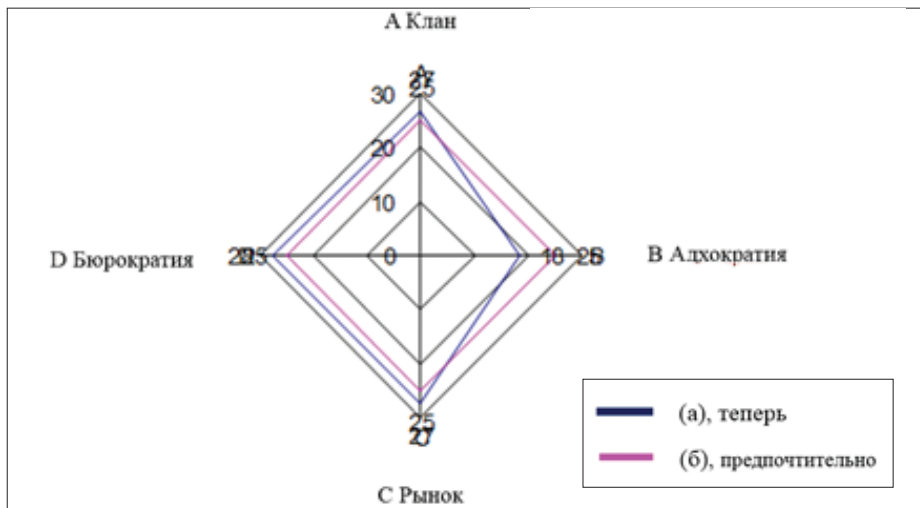


Рис. 2. Результаты проведенного анализа

Связующая организационная сущность колледжа опирается на ценности семейной и бюрократической культуры.

Можно с уверенностью утверждать, что значимость организационной культуры колледжа должна проявляться системно: и в организационно-

управленческих функциях, и в стратегических функциях инновационно-рыночного развития колледжа в целом.

Образование и культура — это тесно взаимосвязанные категории. Через образование и воспитание выпускник образовательной организации сможет быстро и свободно адаптироваться в социальных отношениях, поскольку именно образование обеспечивает преемственность культурных традиций. В сложившихся современных условиях поставленная перед образованием цель — это не только формирование у выпускника компетенций, знаний, опыта, но и развитие его инновационной составляющей культуры. Для воспитания культурного человека необходима в первую очередь благодатная среда, в которой созданы условия для умственного обогащения, популяризации культурного образа жизни. Но все это достигается не только при наличии креативного подхода со стороны коллектива. Необходимо разработать инновационную стратегию развития колледжа с целевыми показателями инновационного предпринимательства для удовлетворения новых потребностей у покупателей образовательных услуг. Для этого необходимо усилить степень рыночности элементов организационной культуры колледжа, поддающихся «трансферу», купле-продаже (раскрутка брендинга РГСУ, фирменный стиль, реклама, маркетинговые коммуникации, подбор деловых партнеров и клиентуры, заключение контрактных деловых соглашений, рейтингование и формирование преемственности репутации всех структур вуза) в целях принятия инновационных, организационных и управленческих решений. Важно понимать, что главным в организационной культуре колледжа является то, что она может создать не только неотделимость от коллектива и преданность общему делу, но и способность определять вектор стратегического развития колледжа в виде инновационных внутренних и внешних преимуществ образовательных услуг, которые формируют для колледжа определенное превосходство над своими прямыми конкурентами.

Литература

1. Белова Н.Ю. Взаимосвязь психологической культуры личности и эффективности педагогической деятельности // Современные исследования социальных проблем. 2014. № 11 (43). С. 76–87.
2. Alvesson M. Organizations, culture, and ideology // International Studies of Management & Organization. 1987. Vol. 17. S. 4–18.
3. Bartell M. Internationalization of universities: a university culture-based framework // Higher Education. 2003. № 45. S. 43–70.
4. Cameron K.S., Quinn R.E. Diagnosing and Changing Organizational Culture Based on the Competing Values Framework. Addison-Wesley Publishing Company, Inc, 1999.
5. Fralinger B., Olson V. Organizational Culture at the University Level: a Study using the OCAI Instrument // Journal of College Teaching & Learning. November 2007. Vol. 4, № 11. S. 85–97.
6. Hatch M.J., Schultz M. Relations between Organizational Culture, Identity and Image // European Journal of Marketing, 31/5: 1997. S. 356–365.

7. *Schein E.H.* Organizational culture and leadership. 3rd ed. San Francisco: Jossey-Bass; Wiley Imprint, 2004.
8. *Tylor Edward B.* Primitive Culture, Researches into the Development of Mythology, Philosophy // Religion, Art and Custom. Vol. 2. London, 1871.

Literatura

1. *Belova N.Yu.* Vzaimosvyaz` psixologicheskoy kul`tury` lichnosti i e`ffektivnosti pedagogicheskoy deyatel`nosti // *Sovremenny`e issledovaniya social`ny`x problem.* 2014. № 11 (43). S. 76–87.
2. *Alvesson M.* Organizations, culture, and ideology // *International Studies of Management & Organization.* 1987. Vol. 17. S. 4–18.
3. *Bartell M.* Internationalization of universities: a university culture-based framework // *Higher Education.* 2003. № 45. S. 43–70.
4. *Cameron K.S., Quinn R.E.* Diagnosing and Changing Organizational Culture Based on the Competing Values Framework. Addison-Wesley Publishing Company, Inc, 1999.
5. *Fralinger B., Olson V.* Organizational Culture at the University Level: a Study using the OCAI Instrument // *Journal of College Teaching & Learning.* November 2007. Vol. 4, № 11. S. 85–97.
6. *Hatch M.J., Schultz M.* Relations between Organizational Culture, Identity and Image // *European Journal of Marketing,* 31/5: 1997. S. 356–365.
7. *Schein E.H.* Organizational culture and leadership. 3rd ed. San Francisco: Jossey-Bass; Wiley Imprint, 2004.
8. *Tylor Edward B.* Primitive Culture, Researches into the Development of Mythology, Philosophy // Religion, Art and Custom. Vol. 2. London, 1871.

P.A. Pochinok,
O.G. Kukharenko

Cognitive Evaluation of the Organizational Culture of the College as an Element of the Innovative Bishops of the University

The research objective is in that on the basis of application of a technique of assessment of organizational culture of OCAI founded on the theoretical model «frame design of the competing values» of K. Cameron and R. Kuinn to investigate specifics of an innovative component of organizational culture of college as a-level element innovative very tonics of higher education institution in its interrelation with the competitive market environment.

Keywords: organizational culture; OCAI method; college; Higher education institution; educational services.