

Секция «Социология»

Методы измерения корпоративной культуры в ВУЗ-ах.

Бурлибаева Аминат Канатбековна

Студент

КазНУ им. Аль-Фараби (Казахский Национальный Университет им. Аль-Фараби),

Факультет Философии и политологии, Алматы, Казахстан

E-mail: aburlibaeva@mail.ru

Феномен «корпоративной культуры» стал активно изучаться зарубежными учеными в 80-х гг. прошлого века. Однако данные исследования касаются, в основном, понимания сущности и типологий корпоративной культуры, ее роли для внутренней интеграции и развития организации. В то же время развитие конкурентной среды требует анализа корпоративной культуры не только с точки зрения внутренних процессов организации, но и с точки зрения ее роли в конкурентных процессах, в создании и укреплении конкурентных преимуществ организации. Кроме того, корпоративная культура недостаточно исследована применительно к образовательным организациям, в том числе высшим учебным заведениям. Данное направление науки существует в виде фрагментарных исследований. Практически отсутствуют исследования по управлению корпоративной культурой вуза, социальным технологиям ее формирования и развития. Что касается практики изучения феномена корпоративной культуры в Казахстане, то в контексте развития организаций системы образования корпоративная культура отечественными учеными до сих пор не являлась предметом отдельных научных исследований.

В настоящее время методы исследования такого сложного явления как культура организации условно объединяют в три группы:

1. Холистические – исследователь глубоко погружается в культуру организации и действует как сопричастный наблюдатель;

2. Метафорические – исследователь использует образцы языка документов, отчетности, бытующих рассказов и бесед, стремясь обнаружить отпечатки культуры;

3. Количественные – исследователь оценивает множество точек зрения, каждой из которых должны быть уделено внимание при оценке атрибутов культуры организации. [2]

Ярким примером холистического метода является методика Эдгара Шейна [4], названная им «клиническим исследованием». Методика «клинического исследования» предполагает, что работники добровольно предоставляют необходимые для исследования данные, так как сами являются инициаторами исследований, полагая, что это поможет им в работе. Количественный метод используется в методике К. Камерона и Р. Куинна [1]. Авторы предлагают достаточно надежную методику оценки организационной культуры, которую назвали OCAI (Organizational Culture Assessment Instrument). Эта методика базируется на теоретической модели «Рамочная конструкция конкурирующих ценностей». Методика Organizational Culture Profile (OCP) была разработана О'Рейлли, Чатманом и Калдвеллом в 1991 году [3] для характеристики психологического климата организации. Респонденты хорошо знающие свою организацию получают карточки с 54 утверждениями, отражающими индивидуальные или организационные ценности, и должны отсортировать их по 9 категориям. Анализ результатов, полученных с помощью OCP, проводится по 27 параметрам в 7 направлениях.

Преимущества и недостатки есть у всех перечисленных методов, каждый из них по своему уникален. Таким образом, холистический метод дает более четкое описание корпоративной культуры ВУЗ-а, позволяет определить и раскрыть первоначальные мотивы многих поступков и традиций. Качественный метод обилён подробными компонентами, по меньшей мере он обладает двумя слабыми сторонами: атрибуты, определенные на одном этапе исследования могут оказаться ненужными на другом и второе: нельзя проследить четкую связь между атрибутами культуры и их влиянием на производительную работу организации. С другой стороны, количественный метод, позволяет оценить лишь внешние проявления, зачастую не вникая в истинные причины возникновения соответствующей организационной культуры, но с его помощью можно сравнивать культуры различных предприятий. Но наиболее приемлемые методики должны базироваться на эмпирических доказательствах, максимально точно учитывать подлежащую описанию реальность и допускать высшее учебное заведение в своей структуре большинства предложенной современной наукой измерений.

Основные положения корпоративной культуры находят свое отражение в концепции управления вузом. Корпоративная культура выполняет функцию программирования системы управления и легитимации сотрудничества работников университета для осуществления общих целей. Управленческая реализация корпоративной культуры состоит в объединении субъектов управления для повышения социальной эффективности управления и возможности коррекции целей и способов управления с воздействием «снизу», с учетом позиций работников ВУЗ-а. Анализ практики университетского управления позволяет выявить ряд особенностей систем управления вузом, характерных для разных типов вузов.

Литература

1. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой. – СПб: Питер, 2001. – 320 с.: ил.
2. Погребняк В.А. Современные методики оценки организационной культуры предприятия // Общеэкономические концепции функционирования предприятия в условиях рынка: межвузовский сборник научных трудов. Тольятти: Изд-во ТГАС, 2005. – С.99
3. O'Reilly, C. A.; Chatman, J. A.; & Caldwell, D. F. People and organizational culture: A profile comparison approach to person-organization fit. *Academy of Management Journal*, 1991, 34(3), PP. 487-516.
4. Shein E. *Organizational Psychology*. 3-rd Edition. London: Prentice-Hall, 2003.

Слова благодарности

Выражаю огромную благодарность за возможность принять участие на конференции "Ломоносов 2013 продемонстрировать свои знания в отрасли социологии, а также пережить опыт и получить знания от других участников конференции! С нетерпением жду ответа! Спасибо большое!