

Е.Р. Бакиров*, докторант PhD¹

Т.В. Шгаль, д.э.н., профессор²

Г.С. Укубасова, PhD, к.э.н., профессор³

Международный университет Астана,

г. Астана, Казахстан¹

Харьковский национальный экономический университет

имени Семена Кузнецца, г. Харьков, Украина²,

Esil University, г. Астана, Казахстан³

* – основной автор (автор для корреспонденции)

e-mail: erakrg@gmail.com

МЕТОДЫ И ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ОБРАЗОВАНИЯ

В статье рассмотрены наиболее популярные методы исследования корпоративной культуры. Выявлены возможности применения этих методов, а также их достоинства и недостатки. Указано, что предпочтительным является использование количественных методов, которые позволяют более наглядно доказать воздействие корпоративной культуры на ключевые показатели эффективности деятельности предприятия. Выделены методы исследования культуры организации в зависимости от параметров, являющихся центральными элементами исследования. Указаны наиболее распространенные методики для выявления преобладающего типа корпоративной культуры, моделирования ее будущего типа. Раскрыты подходы к изучению корпоративной культуры. Сделан вывод о том, что своевременная диагностика культуры организации является одним из инструментов в решении важнейших стратегических задач высшего руководства организации. Отмечено, что оптимальное сочетание методов и подходов в исследовании корпоративной культуры обеспечит получение достоверной информации, использование которой позволит повысить отдачу персонала и будет способствовать повышению эффективности и конкурентоспособности организации.

Большинство руководителей крупнейших организаций, стремящихся улучшить управление корпоративного поведения «автоматически» переносят на соответствующие западные методы, часто не приспосабливаясь к существующим в организации условиям. Такой подход неверен, не позволяет учесть специфику, что снижает эффективность методов, положительно зарекомендовавших себя на Западе. Проблема осложняется тем, что отечественных разработок в этой области недостаточно, и как показывает практика, не все предприниматели способны адаптировать имеющиеся зарубежные методики в области управления корпоративной культурой.

Ключевые слова: образование, корпоративная культура, конкурентоспособность, количественные методы, качественные методы, инструменты исследования, диагностика корпоративной культуры, корпоративные ценности, методы и подходы исследования, социальные инновации.

Кілт сөздер: білім, корпоративтік мәдениет, бәсекеге қабілеттілік, сандық әдістер, сапалық әдістер, зерттеу құралдары, корпоративтік мәдениет диагностикасы, корпоративтік құндылықтар, зерттеу әдістері мен тәсілдері, әлеуметтік инновациялар.

Keywords: education, corporate culture, competitiveness, quantitative methods, qualitative methods, research tools, diagnostics of corporate culture, corporate values, research methods and approaches, social innovations.

JEL classification: M 54

Введение. В настоящее время образовательные организации стремятся к освоению культуры, ориентированной на будущее. Сегодня востребованы такие качества личности, как успешность, конкурентоспособность, уважение обычаев, идей, толерантность, готовность принять корпоративную культуру той организации, в которой предстоит работать. Необходима взаимосвязь между ценностно-мотивационными оппозициями и представлениями об этике делового взаимодействия педагогов. Чрезвычайно важно рассматривать корпоративную культуру как средство повышения эффективности деятельности организации, в связи с реализацией концепции «человеческого капитала». Новая парадигма управления персоналом подразумевает изменение функций персонала, накопление и развитие «человеческого капитала», от которого зависит качество оказания образовательных услуг.

Важным условием эффективности управления в сфере образования является необходимость в переосмыслении подхода к проблеме внутренней культуры и идеологии коллектива [1]. В сфере образования входят новые формы культурной деятельности: педагогическая культура, организационная культура, коммуникативная культура, рефлексивная культура, экологическая культура, юношеская субкультура, информационная культура и корпоративная культура. Мы много времени проводим в коллективе. В коллективе надо быть внимательным, терпеливым и предупредительным. Знание основ организационной культуры помогает сотрудникам правильно организовать коммуникативное общение, наставничество. Для успешного функционирования организации необходимо наличие корпоративной культуры, соответствующей их целям и ценностям, миссии и традициям, а также умение прощать другим слабости, подавить в себе зависть и раздражение, умение выстраивать правильные человеческие отношения, уметь работать в команде, строить социальное взаимодействие для решения поставленных задач данной организации. Корпоративная культура создает у сотрудников ощущение надежности самой организации и своего положения в ней, способствует формированию чувства социальной защищенности, стимулирует самосознание и высокую ответственность работника, выполняющего поставленные перед ним задачи. Поэтому формирование корпоративной культуры является актуальной задачей образовательных организаций [2].

Обзор литературы. Теоретическим и практическим аспектам формирования и развития корпоративной культуры в организациях посвящены работы известных зарубежных ученых: М.Мескона [3], И.Ансоффа [4], Г.Минцберга [5]. В работах этих авторов корпоративная культура рассматривается как инструмент, при помощи которого можно эффективно управлять персоналом любой организации. При этом подчеркивается мысль о том, что корпоративная культура может не только способствовать эффективной работе, но и быть серьезным препятствием в достижении организационных целей.

Научным исследованиям в области корпоративной культуры организации и влияния ее на качество производственных процессов посвящены работы О.С.Виханского [6], Э.А. Капитонова [7] и др.

Вопросы природы и сущности корпоративной культуры, способов ее становления в организации, закономерностей ее развития исследуются в работах В.И. Маслова [8].

Значение корпоративных ценностей в структуре культуры организации, проблемы, связанные с процессом их взаимного влияния представлены в работах таких исследователей, как Н.Л. Писаренко и А.А.Длигач [9], И.Н. Кузнецов [10].

Несмотря на разнообразие существующих подходов, тем не менее, проблема корпоративной культуры как части интеграционной стратегии развития компании в казахстанских условиях пока не получила должного внимания исследователей.

Основная часть. Корпоративная культура была определена как конкретный набор ценностей и норм, которые разделяют люди и группы в организации и которые контролируют то, как они взаимодействуют друг с другом и с заинтересованными сторонами за пределами организации. Корпоративные ценности — это убеждения и идеи о том, какие цели должны преследовать члены организации, а также представления о соответствующих видах или стандартах поведения, которые члены организации должны использовать для достижения этих целей. Из корпоративных ценностей разрабатываются корпоративные нормы, руководящие принципы или ожидания, которые предписывают соответствующие виды поведения сотрудников в конкретных ситуациях и контролируют поведение членов организации по отношению друг к другу [11].

В контексте учреждений образования членами организаций являются преподаватели в качестве подчиненных и руководители учреждений образования в качестве обладателей корпоративных полномочий. Благоприятная корпоративная культура, которая позволяет каждому члену организации реализовать свой потенциал, чтобы он мог расти естественным образом, будет способствовать доверию среди членов организации к авторитету организации как стороны, которая в наибольшей степени определяет состояние корпоративной культуры [2].

Но стоит отметить, что исследовать корпоративную культуру достаточно сложно. Прежде всего, при исследовании корпоративной культуры нужно дать ответ на следующие вопросы: что подвергается анализу, кто его проводит и каким образом он будет проведен?

Во-первых, определяется ситуация, требующая анализа. Исследовать корпоративную культуру необходимо, если требуется информация для принятия управленческого решения, если реализуются

сложные стратегические задачи (либо происходит смена стратегии), если требуется разрешение конфликтов в организации, если корпоративная культура требует преобразований.

Во-вторых, необходимо понять, кто может заниматься диагностикой. Конечно, это могут быть сами сотрудники организации, но в данном случае возможен субъективизм или нехватка квалификации. Поэтому, как правило, привлекают внешних консультантов, специалистов для проведения диагностики корпоративной культуры.

В-третьих, необходимо определиться с методами диагностики. Их существует огромное множество, но все их можно разделить на прямые и косвенные [12].

Рассмотрим косвенные методы. Они включают изучение нормативно-методических документов, контент-анализ внутриорганизационной отчетности, изучение системы информирования и коммуникаций, а также различных процедур, связанных с работой персонала.

Но косвенная диагностика имеет ряд недостатков, среди которых:

- влияние субъективных установок на результаты исследования;
- проблемы расшифровки символического уровня корпоративной культуры;
- проблемы достоверности результатов (репрезентативность выборки, соответствие используемых методик, квалификация исследователей и т.д.).

Прямая диагностика позволяет свести к минимуму вышеперечисленные проблемы косвенных методов и повысить валидность полученных результатов. Она включает количественные, социологические (фокус-группы, интервьюирование, тестирование, анкетирование) и полевые (предусматривают внедрение исследователя в культуру) методы изучения культуры.

Согласно другой классификации, выделяют три группы методов исследования корпоративной культуры [13]:

- качественные методы, которые включают эксперименты, наблюдения, глубинные интервью и фокус-группы;
- количественные методы предполагают проведение опросов сотрудников;

Анализ внутриорганизационной документации основывается на изучении внутрифирменной отчетности, регламентирующей документации, нормативной документации.

При помощи качественных методов исследователи могут провести глубокий анализ корпоративной культуры. Но результаты, полученные при помощи таких методов весьма сложно распространить на генеральную совокупность, так как отсутствуют четкие количественные показатели, чего нельзя сказать о количественных методах. С их помощью можно сравнивать результаты, полученные в разные временные промежутки, а также оценить этапы трансформации корпоративной культуры.

Из-за особенностей феномена корпоративной культуры, считалось, что только качественные методы могут быть применимы к ее исследованию.

Но именно с применением количественных методик удалось доказать воздействие корпоративной культуры на ключевые показатели эффективности деятельности предприятия. Современные исследования чаще всего подразумевают сочетание качественных и количественных методов.

Существуют и другие способы получения информации для диагностики корпоративной культуры: опрос клиентов и поставщиков; фотографирование рабочего дня менеджера; групповое интервью; эксперимент и т.д. [14].

Методы диагностики корпоративной культуры различные ученые компонуют в две группы: разработка рамочных конструкций и разработка критериев оценки.

В первую группу входят методики Г. Хофштеде, Т. Дила и А. Кеннеди, К. Камерона и Р. Куинна.

Вторая группа методов предполагает нахождение критериев, описывающих основные особенности корпоративной культуры. В их качестве выступают:

- а) характеристики корпоративной культуры;
- б) основные составляющие корпоративной культуры;
- в) факторы, оказывающие влияние на изменения корпоративной культуры;
- г) однородность корпоративной культуры;
- д) соответствие инструментам управления.

Влияние культуры на организацию прослеживается посредством набора переменных, их тоже выделяют в различные группы. Набор организационных переменных формируется по-разному, и для каждой модели влияния корпоративной культуры он свой. К примеру, у Сате – это

организационные процессы; Питер и Уотерман выделили ценностные ориентации; Парсон – функции социальной системы; Квин и Рорбах – систему конкурирующих ценностей [14].

Кроме того, в зависимости от параметров, являющихся центральными элементами исследования, методы исследования культуры организации можно разделить на несколько групп [15]. Представим их в виде таблицы 1.

Таблица 1

Методы исследования корпоративной культуры, применяемые в зависимости от параметров*

Центральный параметр	Инструменты исследования
Организационные ценности	1) «Вопросник организационных убеждений» М. Сашкина; 2) «Анкета корпоративной культуры», разработанная Р. Гласером; 3) «Методика ценностных ориентаций» М. Рокича.
Поведенческие нормы, взаимодействие членов организации	1) «Вопросник организационной культуры», или методика ОСІ Р.Кука и Дж.Лафферти; 2) «Анкета культурного разрыва» Р. Килманна и М. Сакстона.
Уровень управленческого взаимодействия	1) «Ключевые разработки – аттестационный барометр» (КРАБ) Ю.Д.Красовского (выделяются шесть управленческих ориентаций руководителей)

*Составлена авторами по источникам [12,13]

Таблица 2

Подходы к изучению корпоративной культуры*

Подход	Особенности
Системный	Данный подход, оказывает возможность рассматривать организацию как систему, тем самым раскрыть целостность объекта. Система и связи между ее единицами заслуживают особого внимания с точки зрения этого подхода.
Социологический	Дает возможность выявить, каким образом корпоративная культура зависит от социума, чем с точки зрения социального влияния обусловлены культурные явления, экономические отношения и др.
Нормативно-ценностный	Метод ориентирован на создание идеальной корпоративной культуры. Особое внимание уделяется значимости ее явлений для отдельно взятой личности и организации в целом. Подход вносит нравственное начало в корпоративную культуру, придает ей этическое, человеческое измерение.
Институциональный	Та или иная культура развивается в рамках какого-либо института. Данный подход ориентирован на изучение этих институтов.
Антропологический	В соответствии с подходом, культура организации обусловлена природой человека, потребностями, присущими каждому индивиду. Особое внимание уделяется именно биологическим мотивам поведения (на уровне инстинктов).
Психологический	Отличается глубиной анализа аспектов культуры, а соответственно, сложностью и теоретической обоснованностью применяемых методов. Изучает факторы поведения индивида: ценностные ориентации, цели, мотивы и др.
Деятельностный	В соответствии с этим подходом корпоративная культура — вид овеществленной деятельности, которая носит циклический характер. Корпоративную культуру стали понимать как особую форму управления именно в рамках данного подхода.
Критически-диалектический	Конкретизирует предыдущий метод. Ориентирован на критический анализ, выявление внутренних противоречий в корпоративной культуре, а конфликт рассматривается как сила, движущая ее к изменениям.
Компаративистский	Его также называют сравнительным подходом. Основан на использовании опыта исследователей всего мира. Однако, применяя этот метод, стоит помнить о национальных различиях в культуре.

*Составлена авторами по источникам [12,13]

Для выявления преобладающего типа корпоративной культуры чаще всего применяют следующие методики:

- «Организационные идеологии» Р. Харрисона;
- «Профиль организационных характеристик» Р. Лайкерта;
- «Шкалы организационных парадигм» OPS Л.Константина;
- «Определение типов национальных культур» Г. Хофштеде.

Помимо этого, воссоздать будущий тип корпоративной культуры можно при помощи:

- «Опросника организационной культуры» Д.Р. Дэнисона;
- методики ОСАИ К. Камерона и Р.Куинна.

Существуют также методы исследования корпоративной культуры. С их помощью можно всестороннее познать ее предмет и изучить его на более глубоком уровне. Они выступают своеобразным приемом для изучения культуры в жизнедеятельности организации (таблица 2).

Заключение. Специфичной чертой корпоративной культуры образовательного учреждения, как центрального звена всей системы образования, является ее двойственное воспроизводство: с одной стороны, настороженное отношение к нововведениям и инициативе, а с другой — стремление к творческому саморазвитию. Это взаимосвязано с отсутствием формализации и строгой стандартизации их повседневной деятельности, но в то же время с наличием законодательно закреплённой нормы об обязательном повышении квалификации. То есть, носители корпоративной культуры готовы развиваться сами, и стремятся к этому, в то же время сопротивляются изменениям, приходящим извне.

Достоинством является также такой факт, что преобладающим в системе образования является этическое регулирование. Существующие законодательные нормы регулируют лишь внешние границы корпоративной культуры образовательных учреждений, а все остальные стороны функционирования преподавателей подвергаются лишь этико-культурной регуляции.

Стоит отметить, что для анализа корпоративной культуры организации нами были выделены только наиболее известные и чаще всего применяемые инструменты.

Итак, одна из важнейших стратегических задач высшего руководства организации – формирование и поддержание такой корпоративной культуры, которая повышала бы отдачу персонала и способствовала повышению ее эффективности и конкурентоспособности. С этой задачей руководству поможет справиться своевременная диагностика культуры организации. На данный момент существует огромное количество методик исследования корпоративной культуры, но наиболее эффективными являются прямые методы, которые обеспечивают получение более достоверной информации. Среди них стоит выделить количественные методы, ведь именно они позволяют провести анализ культуры на всех уровнях организации.

Представленный в данной работе материал характеризует лишь некоторые стороны такого многогранного социокультурного феномена как корпоративная культура в образовательных учреждениях. Несмотря на то, что отдельные стороны исследования требуют дополнительного теоретического осмысления, данная работа окажется весьма полезной для дальнейшего изучения и разработки обозначенной нами проблемы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Булатова З.А., Гайнуллин И.А., Абулханова Г.А. Корпоративная культура в сфере образования // Современные проблемы науки и образования. – 2016. – № 3. – С. 12-15.
2. Трибунская У.Г. Влияние организационной культуры вуза на организационную приверженность преподавателей вуза // Личностное и профессиональное развитие будущего специалиста. – 2021. – С. 100-104.
3. Мескон М. и др. Основы менеджмента. М.: Дело, 2016. – 699 с.
4. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Ленанд, 2016. – 304 с.
5. Минцберг Г. Менеджмент. Природа и структура организации. М.: Эксмо, 2018. – 512 с.
6. Виханский О.С. Стратегическое управление. – М.: Экономист, 2015. – 284 с.
7. Капитонов Э.А. Корпоративная культура и PR. – М.: ИКЦ МарТ, 2005. – 416 с.
8. Маслов В.И. Стратегическое управление персоналом. – М.: Финпресс, 2004. – 288 с.
9. Писаренко Н.Л., Длигач А.А. Стратегическое управление. – М.: Экономист, 2014. – 144 с.
10. Кузнецов И.Н. Корпоративная культура. Учебное пособие. – М.: Книжный дом, 2008. – 304 с.

11. Black R. J. Organisational culture: creating the influence needed for strategic success. – Universal-Publishers, 2003.
12. Кобозева Е.М., Осипова Н.Е. Методы и подходы к исследованию корпоративной культуры организации // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2019. – № 3. – С. 52-56.
13. Козлов В.В. Корпоративная культура. М.: Альфа-Пресс, 2009. – 301 с.
14. Крутько И.С., Шмидт А.Н., Шнайдер А.Г. Научно-практические основания исследований в сфере управления персоналом / Под общ. ред. д-ра психол. наук, проф. Перельгиной Е.Б. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 248 с.
15. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2012. – 848 с.

REFERENCES

1. Bulatova Z.A., Gajnullin I.A., Abulhanova G.A. Korporativnaja kul'tura v sfere obrazovanija // Sovremennye problemy nauki i obrazovanija. – 2016. – № 3. – S.12-15 [in Russian].
2. Tribunskaja U.G. Vlijanie organizacionnoj kul'tury vuza na organizacionnuju priverzhennost' преподаvatelej vuza //Lichnostnoe i professional'noe razvitie budushhego specialista. – 2021. – S.100-104 [in Russian].
3. Meskon M. i dr. Osnovy menedzhmenta. M.: Delo, 2016. – 699 s. [in Russian].
4. Ansoff I. Strategicheskoe upravlenie. M.: Lenand, 2016. – 304 s. [in Russian].
5. Mincberg G. Menedzhment. Priroda i struktura organizacii. M.: Jeksmo, 2018. – 512 s. [in Russian].
6. Vihanskij O.S. Strategicheskoe upravlenie. – M.: Jekonomist, 2015. – 284 s. [in Russian].
7. Kapitonov Je.A. Korporativnaja kul'tura i PR. – M.: IKC MarT, 2005. – 416 s. [in Russian].
8. Maslov V.I. Strategicheskoe upravlenie personalom. – M.: Finpress, 2004. – 288 s. [in Russian].
9. Pisarenko N.L., Dligach A.A. Strategicheskoe upravlenie. – M.: Jekonomist, 2014. – 144 s. [in Russian].
10. Kuznecov I.N. Korporativnaja kul'tura. Uchebnoe posobie. – M.: Knizhnyj dom, 2008. – 304 s. [in Russian].
11. Black R.J. Organisational culture: creating the influence needed for strategic success. – Universal-Publishers, 2003.
12. Kobozeva E.M., Osipova N.E. Metody i podhody k issledovaniju korporativnoj kul'tury organizacii // Nauchnyj vestnik Juzhnogo instituta menedzhmenta. – 2019. – № 3. – S. 52-56 [in Russian].
13. Kozlov V.V. Korporativnaja kul'tura. M.: Al'fa-Press, 2009. – 301 s. [in Russian].
14. Krut'ko I.S., Shmidt A.N., Shnajder A.G. Nauchno-prakticheskie osnovanija issledovanij v sfere upravlenija personalom / Pod obshh. red. d-ra psihol. nauk, prof. Pereyginnoj E.B. Ekaterinburg: Gumanitarnyj universitet, 2016. – 248 s. [in Russian].
15. Armstrong M. Praktika upravlenija chelovecheskimi resursami / Per. s angl. SPb.: Piter, 2012. – 848 s. [in Russian].

Бәкіров Е.Р., Шталь Т.В., Үкібасова Ғ.С.

БІЛІМ БЕРУ ҰЙЫМДАРЫНДАҒЫ КОРПОРАТИВТІК МӘДЕНИЕТТІ ЗЕРТТЕУДІҢ ӘДІСТЕРІ МЕН ТӘСІЛДЕРІ

Андатпа

Мақалада корпоративтік мәдениетті зерттеудің ең танымал әдістері қарастырылады. Бұл әдістерді қолдану мүмкіндіктері, сонымен қатар олардың артықшылықтары мен кемшіліктері ашылды. Кәсіпорын қызметінің негізгі көрсеткіштеріне корпоративтік мәдениеттің әсерін нақтырақ дәлелдеуге мүмкіндік беретін сандық әдістерді қолданған дұрыс деп көрсетілген. Ұйым мәдениетін зерттеу әдістері зерттеудің орталық элементтері болып табылатын параметрлерге байланысты анықталады. Корпоративтік мәдениеттің басым түрін анықтаудың және оның болашақ түрін модельдеудің ең кең таралған әдістері көрсетілген. Корпоративтік мәдениетті зерттеу тәсілдері ашылды. Ұйым мәдениетін уақытылы диагностикалау ұйымның жоғарғы басшылығының маңызды стратегиялық міндеттерін шешу құралдарының бірі болып табылады деген қорытынды жасалды. Корпоративтік мәдениетті зерттеудегі әдістер мен тәсілдердің оңтайлы үйлесуі сенімді ақпаратты қамтамасыз ететіні, оны пайдалану персонал жұмысының тиімділігін арттырып, ұйым қызметінің тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттыратыны атап өтілген.

Корпоративтік мінез-құлықты басқаруды жақсартуға ұмтылатын ірі ұйымдардың жетекшілерінің көпшілігі көбінесе ұйымдағы жағдайларға бейімделмей «автоматты түрде» сәйкес батыстық әдістерге ауысады. Бұл тәсіл дұрыс емес, ол Батыста өзін дәлелдеген әдістердің тиімділігін төмендететін ерекшеліктерді ескеруге мүмкіндік бермейді. Мәселе осы саладағы отандық әзірлемелердің жеткіліксіздігімен күрделене түсуде, тәжірибе көрсеткендей, барлық кәсіпкерлер корпоративтік мәдениетті басқару саласындағы қолданыстағы шетелдік әдістерді бейімдей алмайды.

Bakirov Y., Shtal T., Ukubassova G.

**METHODS AND APPROACHES TO THE STUDY OF CORPORATE CULTURE
IN EDUCATIONAL ORGANIZATIONS**

Annotation

The article considers the most popular methods for studying corporate culture. The possibilities of using these methods, as well as their advantages and disadvantages, are revealed. It is indicated that it is preferable to use quantitative methods that make it possible to more clearly prove the impact of corporate culture on key performance indicators of an enterprise. Methods for studying the culture of an organization are identified depending on the parameters that are the central elements of the study. The most common methods for identifying the prevailing type of corporate culture and modeling its future type are indicated. Approaches to the study of corporate culture are disclosed. It is concluded that timely diagnostics of the organization's culture is one of the tools in solving the most important strategic tasks of the organization's top management. It is noted that the optimal combination of methods and approaches in the study of corporate culture will provide reliable information, the use of which will increase the efficiency of personnel and will increase the efficiency and competitiveness of the organization.

Most of the leaders of the largest organizations seeking to improve the management of corporate behavior "automatically" transfer to the appropriate Western methods, often without adapting to the conditions existing in the organization. This approach is incorrect, it does not allow taking into account the specifics, which reduces the effectiveness of methods that have proven themselves in the West. The problem is complicated by the fact that domestic developments in this area are not enough, and as practice shows, not all entrepreneurs are able to adapt existing foreign methods in the field of corporate culture management.

