**Ірина Слімаковська**

**(Трускавець, Україна)**

**ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДІАГНОСТИКИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Для ефективного функціонування сфери освіти в сучасних умовах її суб’єкти і об’єкти повинні мати уявлення про організаційну культуру як один із провідних факторів ефективного управління закладами освіти. Саме організаційна культура суттєво впливає на ставлення працівника до роботи і, відповідно, впливає на ефективність роботи закладів і установ освіти. Організаційна культура містить набір неписаних, часто неусвідомлюваних правил, за якими і живе будь-яка організація в системі освіти. Організаційна культура в закладах і установах освіти існує паралельно з формальними нормами повсякденного життя. Освіта є специфічною сферою діяльності, де значна роль відведена мовній комунікації, яка є основним інструментом у механізмах існування організаційної культури. В свою чергу комунікативна компетенція є складовою професійної компетентності працівників сфери освіти. Сьогодення поставило на порядок денний вимогу до сучасного працівника сфери освіти щодо необхідності чіткого розуміння сутності організаційної культури і її ролі в покращанні роботи закладу чи установи освіти.Організаційна культура як активний елемент управління повинна перебувати в гармонії з місією та цілями Закладу вищої освіти, бути дієвим інструментом реалізації програм розвитку. Вона як стратегічна домінанта, є не тільки системо утворюючою, але й соціально значимою у забезпеченні ефективної роботи закладу вищої освіти. Невід’ємним елементом формування та розвитку організаційної культури є її діагностика, метою якої є створення інструментарію та бази прийняття управлінських рішень для вирішення існуючих, стратегічних завдань, а також для прогнозування потенціалу організації в умовах змін. На думку А.А.Погорадзе, «організаційна діагностика є формою соціальної технології виробництва проблемної інформації». Діагностика організаційної культури «означає, що на відміну від традиційного наукового дослідження в ній присутні конструктивні засади, тобто, крім виявлення, оцінки, класифікації та групування проблем, одночасно визначаються і основні напрямки розвитку організації. Діагностичний підхід орієнтований не на пошук універсальних закономірностей і типізацію проблем організацій, а на виявлення специфічних проблем конкретної організації, а також особливостей їх прояву в умовах цієї організації» [3, с.148]. Узагальнюючи підходи науковців та практиків можна виділити такі види діагностики організаційної культури: 1) за часом проведення: попередня та поточна; 2) за широтою охоплення: загальна та спеціальна; 3) за широтою методів: експрес-діагностика; загальна діагностика; комплексна діагностика; 4) за об’єктом порівняння: системна діагностика елементів системи; встановлення відхилення від норм, встановлення приналежності до конкретної групи, оцінка об’єкта як унікального поєднання ознак. К. Камерон та Р. Куїнн [1, c.205] виділили три основні стратегії вивчення організаційної культури, кожна з яких включає ряд методів. Більшість дослідників оцінку організаційної культури здійснюють на основі кількісних методів, а холістичні та метафоричні використовують як допоміжні. Як і будь-який з методів, кількісні мають і переваги, і недоліки, що досить чітко сформулювала Г.М. Моностирський [4, с.54-57], однак очевидно, що при порівнянні культур різних організацій чи структурних одиниць, при визначенні типу організаційної культури та її моделюванні кількісні методи переважають. Існують протилежні думки про цінність різних дослідницьких методів, ми підтримуємо думку Девіда Мацумото про те, що всі методи мають однакову цінність. Вони використовують різну методологію, оскільки дають відповідь на різні питання, що стосуються різних людей, але всі вони схожі в тому, що є емпіричними, тобто використовують процедуру та методи, які задовольняють наукові стандарти валідності та надійності, дають можливість здійснити інструментальний аналіз та діагностику організаційної культури. Емпіричні дослідження організаційної культури проводяться традиційними методами, які використовують й економіка, й управління, й психологія, й соціологія: методи спостереження, опитування, тестування та моделювання тощо. На основі розглянутих вище методів дослідження та підходів будуються різноманітні методики діагностики організаційної культури, вибір яких визначається завданням дослідження (наявність, розвиток, модифікація елементів організаційної культури, визначення типу культури, дослідження впливу культури на діяльність організації, діагностика відповідності культури стратегічному розвитку організації тощо), специфікою об’єкта дослідження, в нашому випадку вищого навчального закладу, наявними ресурсами, які необхідні для проведення дослідження, оскільки деякі методики вимагають значних фінансових та часових витрат. Так, діагностичні методики, спрямовані на візуалізацію наявної організаційної культури (визначення типу культури), базуються на систематичній інтерпретації існуючих культурних симптомів. Інтегральна методика дослідження організаційної культури голландського вченого Герта Хофштеде базується на критеріях національної приналежності, що дозволяє вивчити наскільки вони схожі та відмінні в різних країнах. В основу рамкової конструкції професора А.С.Франк покладено орієнтацію культури організації на владу, роль, завдання чи особистість [5]. Наведена процедура діагностики стану організаційної культури складається з 5-ти етапів. П’ятнадцять ключових вимірів включають в себе розширений опис чотирьох типів організаційних культур: культура влади (А); культура ролі (В); культура завдання (С); культура особистості (Д). У 1995-1996 рр. за цією методикою російська вчена В.В.Усачова вивчила організаційну культуру сучасної школи та розробила рекомендації для управління. Діагностичними моделями, що дають можливість описати будь-яку культуру без виділення видів, є методика ATAG, методика Д. Денісона. Модель Д.Денісона спроектовано для ділових організацій, але при використанні цієї методики як інструмент діагностики організаційної культури Закладу вищої освіти можна застосувати опитування, чи знають співробітники, професорсько-викладацький склад, студенти і навіть керівники місію своєї компанії та чи впливає вона на організаційні процеси. Складниками дослідження є «основне завдання», «здатність пристосовуватись», «залученість», «послідовність». Уже двадцять років науковці та організаційні консультанти використовують «парадигмальний» підхід американського спеціаліста в галузі організаційного консультування Л. Константіна, згідно з яким суть (характер) організаційної культури визначається організаційними парадигмами – образи (моделі) основних, часто неявних уявлень співробітників та консультантів, про те, що таке організація, якою вона може та повинна бути, а також спроби сприйняття та осмислення організаційної діяльності. Як інструмент управління конкурентоспроможністю вищих навчальних закладів доцільно застосовувати бенчмаркінг – комплексний метод управління конкурентоспроможністю на основі перманентного співставлення Закладу вищої освіти з обраними еталонами, виявленими шляхом моніторингу конкурентного середовища, у значенні яких можуть використовуватися об’єкти дослідження у внутрішньому (підрозділи закладу) і зовнішньому середовищах Закладу вищої освіти (конкуренти, лідери галузі та організації інших галузей). Оскільки організаційна культура Закладу вищої освіти є одним із чинників конкурентоспроможності, доцільне використання методу бенчмаркінгу при оцінці зовнішніх проявів культури Закладу вищої освіти. Популярним є поетапний підхід до діагностики організаційної культури. Так практикуючі консультанти з організаційної культури пропонують такі етапи виміру параметрів процесів: 1) визначення предмета діагностики; 2) постановка управлінських завдань та цілей дослідження; 3) визначення об’єкту діагностики; 4) вибір аспектів організаційної культури, які будуть досліджуватися; 5) вибір стратегії змін; 6) розробка методичного та практичного інструментарію; 7)  проведення замірів; 8) аналіз отриманих характеристик оргкультури, виявлення її типу; 9) формування бази для прогнозу та прийняття управлінських рішень; 10) розробка комплексу рекомендацій. Подібні етапи процесу пропонують й українські дослідники ввівши їх у загальну схему організації діагностики [2]: 1) визначення групи дослідників; 2) формування цілей, визначення завдань, вибір та розробка методики діагностики; 3) вибір джерел інформації та цільових груп; 4) збір інформації; 5) опрацювання отриманих даних; 6) висновки та результати. Враховуючи достатньо високу складність оцінки такого неординарного явища як організаційна культура Закладу вищої освіти, поки що не сформовано сталих та однозначних методичних підходів до її дослідження. Також очевидно, що навіть коректна адаптація кращих зарубіжних методик не вирішує проблеми розробки власних методик, потреба у яких постійно зростає. В основі використовуваної нами моделі дослідження організаційної культури вищого навчального закладу лежать моніторинг зовнішніх та внутрішніх факторів формування / розвитку організаційної культури Закладу вищої освіти, бенчмаркінг елементів організаційної культури Закладу вищої освіти. Ми розглядаємо структуру чинників, які впливають на вищий навчальний заклад та його організаційну культуру, як багаторівневу сукупність факторів внутрішнього середовища та зовнішнього середовища, структуруючи останнє на макро-, мезо- та мікросередовище. Загальноринкові фактори, або фактори макросередовища, не підлягають контролю окремого навчального закладу і включають міжнародні, політико-правові, економічні, демографічні, національні, соціокультурні, науково-технічні фактори. Для їх дослідження **нами обрано метод моніторингу, який передбачає систематичне спостереження за станом зовнішнього середовища Закладу вищої освіти метою і**нформаційної підтримки управлінських рішень, контролю процесів діяльності Закладу вищої освіти, попередження небажаних відхилень найважливіших параметрів середовища, виявлення тенденцій динаміки та корекції напрямів розвитку Закладу вищої освіти. Мезосередовище представлено регіональним освітнім простором – комплексом політичних, соціально-культурних, наукових, освітніх, економічних інститутів (державних і недержавних, офіційних і неофіційних). Чітко визначити місце та чинники мезосередовища неможливо. Мезосередовище включає регіональні чинники і макро- і мікросередовища, адже, наприклад, той же вплив культури та менталітету здійснюється як на національному, так і на регіональному рівні. Активно впливають на організаційну культуру Закладу вищої освіти традиції регіональної системи загальної середньої та середньо-професійної освіти, професійна культура партнерів у регіональних науково-технічних кластерах, рекомендації представників громадського контролю регіональної системи вищої освіти та Ради ректорів вузів регіону; діяльність інших операторів регіонального ринку освітніх послуг, у тому числі мережа курсів, тренінгів тощо. Також хочемо відмітити, що якщо розглядати глобальний освітній ринок, то на мезорівні опиняться фактори, які стосуються формування організаційної культури національної освітньої системи. При дослідженні мікросередовища («середовище завдань», «безпосереднє оточення», «проміжне середовище», «середовище прямого впливу») аналізується вплив тих юридичних та фізичних осіб, які мають певні відносини з Закладом вищої освіти у процесі його діяльності на ринку освітніх послуг. Ці чинники безпосередньо стосуються освітнього закладу та його можливостей і тому, певною мірою, потрапляють під його вплив. Моніторинг факторів внутрішнього середовища передбачає дослідження певним чином організованих впливів та умов, які представлені основними підсистемами освітнього закладу та відображені в елементах організаційної культури. Результати дослідження чинників зовнішнього та внутрішнього середовища дають можливість провести SWOT-аналіз, встановити взаємозв’язки між сильними та слабкими сторонами, які притаманні організаційній культурі Закладу вищої освіти, і зовнішніми загрозами та можливостями, визначити різновиди стратегії розвитку організації та її культури. Зовнішні прояви організаційної культури Закладу вищої освіти будуть досліджені методом бенчмаркінг – стандартизованого методу збору та розповсюдження найважливіших оперативних даних, метою якого є порівняння різних аспектів діяльності Закладу вищої освіти для встановлення зразків, діагностики проблеми, визначення слабких та сильних сторін, виявлення способів покращення діяльності. Метод бенчмаркінгу імпонує і тим, що з його допомогою відбувається ідентифікація найкращого підходу до організації різних аспектів діяльності Закладу вищої освіти, без однозначного присвоєння статусу абсолютного зразка чи еталона, обов’язкового для копіювання, і застосування якого буде ґарантувати поліпшення діяльності вузу або дії окремої програми.

**Література:**

1. Камерон К. Диагностика и изменение : [под ред. И. В. Андреевой] / К. Камерон, Р. Куинн. - СП- б : Питер, 2001. - 320 с.
2. Качан И.В. Методики диагностики организационной культуры предприятия / И.В.Качан, В.В.Зубенко // Научные труди ДонНТУ. Серия экономическая. - Донецк: ДонНТУ, 2007. –Вып. 33.-1. –С. 187-191.
3. Левчук IН. М. Нерівність доступу до освіти в Україні: соціальні детермінанти та наслідки / II.М. Левчук // Демографія та соціальна економіка. - 2005. -№2. – С І48-160
4. Монастирський Г.М. Теорія організації: навч.посіб./ Г.М.Монастирський-К. знання, 2008.-310с.
5. Семів Л.К. Регіональні особливості освітньої міграції / Л.К.Семів // Регіональна економіка. - 2010. -№1. -С.131-140.

**Науковий керівник:**

кандидат економічних наук, Мінчак Нінель Джемалівна.

**ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА**

|  |  |
| --- | --- |
| ПІБ учасника | Слімаковська Ірина Ігорівна |
| науковий ступінь, | Магістр з управління навчальними закладами |
| Назва організації | Прикарпатський інститут Ім.М.Грушевського ПрАТ ВНЗ «МАУП» |
| Посада | викладач кафедри фундаментальної та гуманітарної підготовки |
| Науковий ступень | - |
| Вчене звання | - |
| Поштова адреса | Слімаковська Ірина Ігорівна  вул..Дрогобицька 12 кв.38  м.Трускавець  Львівська обл..  Україна, 82200 |
| Контактний телефон | (068) 557-49-59 |
| Е-mail |  |
| Назва доповіді | Інструментарій діагностики організаційної культури Закладу вищої освіти |
| Секція (№ та назва) | V. Економіка. 6. Маркетинг та менеджмент |
| Форма публікації: | Стаття |
| Сертифікат | 1 |