

УДК 37.013.78

## ИССЛЕДОВАНИЕ ТИПА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНЧЕСКОГО СООБЩЕСТВА С ПОМОЩЬЮ МЕТОДА ОСАИ.КАМЕРОНА И Р.КУИННА

Чижикова Е.С.

*ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет» Тобольский индустриальный институт (филиал), Тобольск, e-mail: lena\_ks2006@bk.ru*

Работа посвящена исследованию и анализу корпоративной культуры студенческого сообщества на примере Тобольского индустриального института (филиала) ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет». Приведена методика проведения исследования типа корпоративной культуры при помощи инструмента ОСАИ К. Камерона и Р. Куинна: этапы проведения исследования, а также опросник, адаптированный к студенческому сообществу. Определен тип корпоративной культуры исследуемого сообщества, выявлены ее сильные и слабые стороны. Предложены пути изменения типа корпоративной культуры сообщества, так как она обеспечивает консолидацию и сплоченность студентов на основе общих ценностей и способствует поддержанию высокой репутации вуза во внешней среде. Представленные в статье выводы могут быть использованы для исследования и формирования корпоративной культуры в образовательных учреждениях и других организациях.

Ключевые слова: метод ОСАИ, инструмент оценки корпоративной культуры К.Камерона и Р.Куина, корпоративная культура, студенческое сообщество

## RESEARCH ON THE ORGANISATIONAL CULTURE TYPE IN THE STUDENT COMMUNITY BY USING OCAI METHOD

Chizhikova E.S.

*FSBEI HE «Tyumen Industrial University» Tobolsk Industrial Institut (the branch), Tobolsk, e-mail: lena\_ks2006@bk.ru*

His article is devoted to the research and analysis of the student community organizational culture through the example of the Tobolsk Industrial Institute (the branch) of the FSBEI HE «Tyumen Industrial University». The method of the research on the organizational culture type is given by using K. Cameron & R. Quinn' OCAI instrument and contains the research running stages, as well as the questionnaire, adapted for the student community. Organizational culture type of the community of interest is defined, as well as its strengths and weaknesses. Ways of an alteration of the community organizational culture type are offered, given that it ensures the consolidation and the team spirit of students having shared values and also tends to keep the university high reputation in outside environment. Conclusions presented in this article could be used for the organizational culture research and formation in educational facilities and other organizations.

Keywords: OCAI method, organisational culture assessment instrument by K. Cameron & R. Quinn, organisational culture, student community

Корпоративная культура студенческого сообщества является мощным стратегическим инструментом, который позволяет ориентировать всех студентов на решение общих задач, мобилизовать их инициативу и обеспечить эффективное взаимодействие в образовательной среде вуза на уровнях: «студент – студент», «студент – преподаватель», «студент – администрация». Она обеспечивает консолидацию и сплоченность студентов на основе общих ценностей, что способствует поддержанию высокой репутации вуза во внешней среде; получению максимальной отдачи от студентов вуза за счет создания благоприятного эмоционально - психологического климата, предоставления студентам возможности саморазвития, получения морального и материального удовлетворения.

Значимость корпоративной культуры студенческого сообщества состоит в том, что она

позволяет без административного нажима отбирать наиболее эффективные модели поведения студентов, способствует развитию творческого и активного студента, ориентированного в своей жизнедеятельности не только на собственные достижения, но и на общий успех окружающих его людей и сообществ.

Исследование корпоративной культуры в условиях профессиональной подготовки и трудовой адаптации студентов вузов необходимо как для оптимизации образовательного процесса в вузах, так и для повышения эффективности профессиональной деятельности молодых специалистов на предприятиях и в организациях [4].

Исследование типа существующей корпоративной культуры в студенческом сообществе может происходить разными методами ([2, 3], и др.).

В условиях непрерывных изменений для отслеживания динамики изменения корпоративной культуры студенческого сообщества нами использовался метод OSAI – типология К. Камерона и Р. Куинна [2]. Достоинствами этого метода является достаточно простая анкета и достаточная визуализация результатов. Он предполагает построение профиля культуры: как должно быть и что есть теперь.

К. Камерон и Р. Куинн разработали «Рамочную конструкцию конкурирующих ценностей», при этом для выделения типов корпоративной культуры они использовали два измерения. Первое измерение отделяет критерии эффективности, которые подчеркивают гибкость, дискретность и динамизм, от критериев, акцентирующих стабильность, порядок и контроль. Второе измерение отделяет критерии эффективности, которые подчеркивают внутреннюю ориентацию, интеграцию и единство, от критериев, ассоциируемых с внешней ориентацией, дифференциацией и соперничеством. Представленные измерения, таким образом, образуют четыре типа корпоративной культуры, каждая из которых имеет четко различимый набор критериев эффективности.

Таким образом, согласно методологии К. Камерона и Р. Куинна, в зависимости от характера внутрикорпоративных отношений, существует четыре типа корпоративной культуры: бюрократическая, клановая, рыночная и адхократическая (таблица 1).

Таблица 1

**Описание типов корпоративной культуры по Камерону и Куинну**

<b>Клановая культура</b>	<b>Адхократическая культура</b>
Очень дружественное место работы, где у людей масса общего. Организация – как большая семья. Лидеры воспринимаются как воспитатели или даже родители. Высока преданность, традиции и обязательность организации. Придается значение совершенствованию личности, высокой степень сплоченности и моральному	Динамичное, предпринимательское и творческое место работы, поощряется готовность к риску. Лидеры – новаторы, и даже авантюристы. Связующая сущность – преданность экспериментированию и новаторству. Поощряется личная инициатива и свобода.

климату, заботе о людях. Поощряются коллективные формы работы.	
<b>Иерархическая культура</b>	<b>Рыночная культура</b>
Очень формализованное и структурированное место работы. Деятельность управляется процедурами. Лидеры – рационально мыслящие координаторы и организаторы. Организацию объединяет формальные правила и официальная политика. Руководство озабочено гарантией занятости работникам и обеспечением долгосрочной перспективы.	Организация, ориентированная на результаты, главной заботой которой является выполнение поставленной цели. Люди целеустремленны и соперничают между собой. Лидеры – твердые руководители и суровые конкуренты, непоколебимы и требовательны. Организация связана стремлением побеждать. Репутация и успех – общая забота. Стиль организации – жестко проводимая линия на конкурентоспособность.

В ходе констатирующего эксперимента, который проводился на базе Тобольского индустриального института (филиала) ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет» мы предположили, что студенческое сообщество представляет собой «семейный» коллектив, который держится вместе благодаря преданности и традициям. В основе жизнедеятельности лежит взаимоуважение, доверие, следование моральным принципам. Потому эффективность нашего эксперимента зависит от изменения типа культуры в сторону клановой культуры.

Камерон и Куинн для оценки текущего типа культуры и предпочтительного используют соответствующую анкету. Для проведения исследования в студенческой среде мы адаптировали ее содержание (таблица 2).

Таблица 2

Опросник для проведения исследования по методу OCAI

КОД	Компонент корпоративной культуры	Текущее состояние	Предпочтительное состояние
<b>ВАЖНЕЙШИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ</b>			
A	Студенческое сообщество уникально по своим особенностям. Оно подобно большой семье. Студенты выглядят имеющими много общего.		
B	Студенческое сообщество очень динамично и проникнуто инновациями. Студенты готовы рисковать собой и идти на риск.		
C	Студенческое сообщество ориентировано на результат. Главная цель — получить качественный результат обучения. студенты ориентированы на соперничество и достижение поставленной цели.		
D	Студенческое сообщество жестко структурировано и		

	строго контролируется. Поведение студентов, как правило, определяется формальными процедурами.		
	Сумма проставленных Вами баллов должна быть равна 100		
<b>ОБЩИЙ СТИЛЬ ЛИДЕРСТВА В СТУДЕНЧЕСКОМ СООБЩЕСТВЕ</b>			
A	Общий стиль лидерства в студенческом сообществе представляет собой пример мониторинга, стремления помочь или научить.		
B	Общий стиль лидерства в студенческом сообществе служит примером новаторства и склонности к риску		
C	Общий стиль лидерства в студенческом сообществе служит примером деловитости, агрессивности, ориентации на качественные результаты		
D	Общий стиль лидерства в студенческом сообществе является собой пример координации, четкой организации или эффективного использования имеющихся ресурсов		
	Сумма проставленных Вами баллов должна быть равна 100		
<b>СТИЛЬ УПРАВЛЕНИЯ В СООБЩЕСТВЕ</b>			
A	Стиль менеджмента в студенческом сообществе характеризуется поощрением коллективной, групповой и командной работы, единодушия и участия в принятии решений		
B	Стиль менеджмента в студенческом сообществе характеризуется поощрением индивидуального риска, новаторства, свободы и самовыражения		
C	Стиль менеджмента в студенческом сообществе характеризуется высокой требовательностью, жестким стремлением к конкурентоспособности и поощрением достижений		
D	Стиль менеджмента в студенческом сообществе характеризуется гарантией занятости, требованием подчинения, предсказуемости и стабильности в отношениях		
	Сумма проставленных Вами баллов должна быть равна 100		
<b>СВЯЗУЮЩАЯ СУЩНОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОГО СООБЩЕСТВА</b>			
A	Студенческое сообщество связывает воедино преданность ВУЗу и взаимное доверие. Обязательность находится на высоком уровне		
B	Студенческое сообщество связывают воедино приверженность новаторству и совершенствованию. Акцентируется необходимость быть на передовых рубежах.		
C	Студенческое сообщество связывает воедино акцент на достижение цели получения качественного образования. Общепринятые темы — агрессивность и победа		
D	Студенческое сообщество связывают воедино формальные правила и официальная политика. Важно поддержание плавного хода деятельности сообщества		

	Сумма проставленных Вами баллов должна быть равна 100		
<b>СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ</b>			
A	Студенческое сообщество острит внимание на гуманном развитии. Настойчиво поддерживаются высокое доверие, открытость и соучастие		
B	Студенческое сообщество акцентирует внимание на обретении новых знаний и решении новых проблем. Ценятся апробация нового и изыскание возможностей.		
C	Студенческое сообщество акцентирует внимание на конкурентных действиях и достижениях. Доминирует целевое напряжение сил и стремление к победе во всех сферах деятельности (учебной и внеучебной)		
D	Студенческое сообщество акцентирует внимание на неизменности и стабильности. Важнее всего спокойствие, контроль и плавность всех действий		
	Сумма проставленных Вами баллов должна быть равна 100		
<b>КРИТЕРИИ УСПЕХА</b>			
A	Студенческое сообщество определяет успех на базе развития человеческих ресурсов, командной работы, увлеченности обучающихся общим делом и заботой о членах сообщества		
B	Студенческое сообщество определяет успех на базе обладания уникальными знаниями или новейшими достижениями в учебной деятельности. Это научный лидер и новатор		
C	Студенческое сообщество определяет успех на базе победы на образовательном рынке и опережении конкурентов во всех сферах деятельности. Ключ успеха — конкурентное лидерство		
D	Студенческое сообщество определяет успех на базе эффективного использования всех имеющихся ресурсов (моральных и материальных). Успех определяют надежность, гибкость и низкие затраты		
	Сумма проставленных Вами баллов должна быть равна 100		

После заполнения анкеты баллы всех ответов А в колонке «Текущее состояние» суммируются, полученная сумма делится на 6 и получается средняя оценка по альтернативе А. Те же вычисления повторяются для альтернатив В, С, D. Таким же образом следует обработать колонку «Предпочтительное состояние». Эти параметры позволяют визуализировать тип культуры, вычертив ее профиль. Все данные распределяются согласно своего типа: параметр А соответствует клановой культуре; параметр В – адхократической; параметр С – рыночной; параметр D – иерархической. Доминирующий тип культуры определяется параметром, набравшим наибольшее количество баллов. На этом работа с анкетами заканчивается.

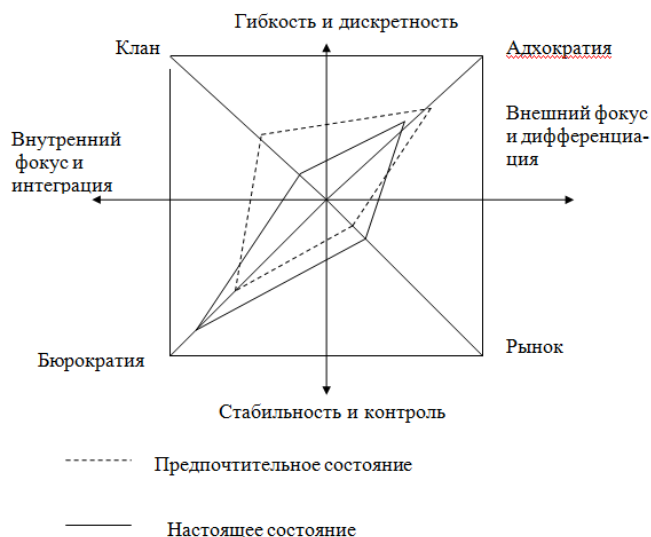
Вторым этапом в диагностике корпоративной культуры является вычерчивание профиля. Для этого необходимо:

1. нанести средние оценки для каждой альтернатив в форму диаграммы, которой дали название «организационный профиль»;
2. соединить отмеченные в каждом квадранте формы точки так, чтобы получился четырехугольник;
3. проделать тоже самое по каждому вопросу по отдельности.

В результате получаем диаграммы «организационных профилей». На них тем же методом наносим оценки из колонки «предпочтительно», только пунктиром (для выявления различий между желаемым и реальным состоянием организации).

Заключительным этапом является интерпретация профилей культуры [5].

В соответствии с полученными данными вычерчиваются настоящий и предпочтительный профили культуры студенческого сообщества (рис. 1).



*Рис. 1. Профиль желаемой и реальной культуры на констатирующем этапе эксперимента*

Как показано на рисунках до начала эксперимента и в настоящем и в предпочтительном состояниях преобладает иерархический тип культуры. По нашему мнению, это свидетельствует о низком уровне коммуникаций в сообществе, о формальном и поверхностном отношении между студентами. То есть, члены сообщества объединяются лишь формальными правилами и официальными процедурами. Однако такое положение может иметь место лишь на начальном этапе формирования культуры, когда необходима строгая иерархия и дисциплина. Но в дальнейшем такая стратегия не приведет к развитию сообщества, а будет его тормозить. Поэтому одной из задач эксперимента по формированию культуры студенческого сообщества является постепенный перевод ее в сторону клановой (либо адхократически – клановой). Именно такие типы культуры способствуют созданию в

студенческом сообществе атмосферы со-бытийной реальности.

Задача формирующего эксперимента состояла в реализации намеченных инноваций в образовательную среду вуза, направленной на формирование корпоративной культуры студенческого сообщества[4, с.82]. На данном этапе апробировалась модель формирования корпоративной культуры студентов, проводились промежуточные диагностики уровня сформированности показателей корпоративной культуры.

Дальнейшее исследование показало, что после прохождения обучения по разработанной программе для большинства опрошенных произошло изменение предпочтительного типа культуры в сторону клановой (рис.2).

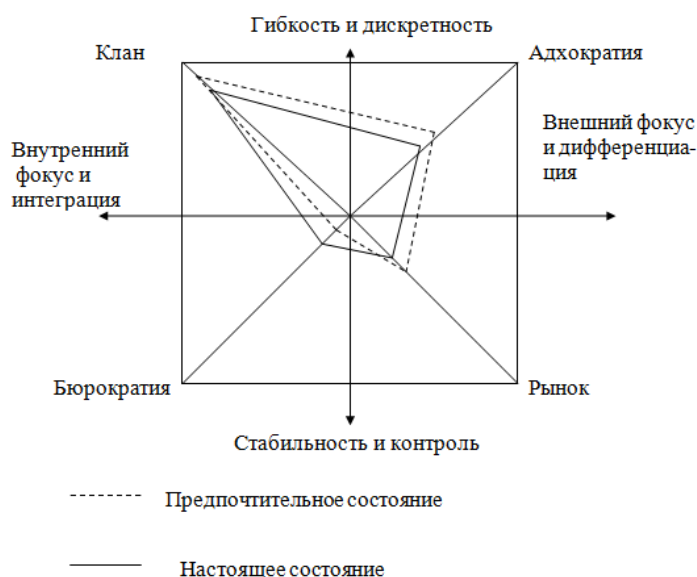


Рис. 2. Профиль желаемой и реальной культуры на контрольно-преобразующем этапе эксперимента(по Камерону и Куинну)

Таким образом, нами получена положительная динамика изменения типа корпоративной культуры студентов вуза (табл. 3).

Таблица 3

Динамика изменения типа корпоративной культуры студенческого сообщества

Тип культуры	Настоящее состояние		Предпочтительное состояние	
	До эксп. (чел.)	После эксп. (чел.)	До эксп. (чел.)	После эксп. (чел.)
Клановая	80	405	90	408
Адхократическая	120	60	190	65
Иерархическая	300	20	215	19
Рыночная	12	15	5	20

Мы полагаем, что это свидетельствует о внутренней установке членов сообщества

стать большой и дружной «семьей», «братством». При этом стремление являлось совершенно осознанным, так как опиралось на усвоенные знания.

На основании этого мы делаем вывод, что эффект полученный в процессе педагогического эксперимента является причиной положительной динамики типа корпоративной культуры студенческого сообщества, которая в свою очередь явилась следствием воздействия выявленных организационно-педагогических условий и в, частности, разработанной модели формирования корпоративной культуры студенческого сообщества.

### Список литературы

1. Беляев А. Корпоративная культура университета: от теории к практике // Высшее образование в России. № 11,2007. – С. 62-65.
2. Камерон К.С., Куинн Р.Э. Диагностика и изменение организационной культуры: Пер. с англ./СПб.:Питер, 2001. – 311 с.
3. Спивак В.А. Организационная культура. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2004. – 224 с.
4. Чижикова Е.С. Формирование корпоративной культуры студенческого сообщества ВУЗа: дис.... канд. пед, наук. – М., 2010. – С. 54-55.
5. Щербинина Д.А. Корпоративная культура как способ повышения эффективности работы сотрудников // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. №2 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/02/3875> (дата обращения: 26.05.2016).