

Baranyuk, N.I. Psychological characteristics of organizational culture in law enforcement in crisis society. The theoretical analysis of the understanding of the concept of "organizational culture" and outlined its components in the system of law enforcement. Demonstrated convincing understanding of the fact that the development of organizational culture is one of the ways actual police reform in crisis society.

The transformation of society from one social status to another leads to the emergence of new phenomena in the economic, social and political spheres. Reforming the law enforcement agencies is in a difficult economic situation of limited financial resources. Additional funds for the rebuilding of the Interior does not stand out and probably in the future will be highlighted. So we need to find the internal capabilities and resources to exercise creativity and develop their own ways to properly police reform.

Research in Psychology suggests that the development of organizational culture and effective professional activity, law enforcement officials important to learn the scientific basis of professional direction and able to creatively apply them. Having the knowledge and professional art worker sets goals for your business and produce a strategy that defines the means to achieve them; adopt appropriate strategies chosen solution, for which he is personally responsible. Therefore, the active implementation of the system of training of professional psychological training offers effective ways to increase the effectiveness of law enforcement and is a fundamentally new form of organizational culture, professionalization and humanization training.

The organizational culture of law enforcement agencies is a unique cultural phenomenon that combines the values, goals, rules and norms of behavior and communication between officers, accepted by all, regardless of titles and positions and aims to provide a proper profession.

Keywords: organizational culture, law enforcement, personnel, professional and psychological preparation, reform, group, corporation, training.

Відомості про автора

Баранюк Назарій Ігорович, викладач кафедри практичної психології факультету психології Львівського державного університету внутрішніх справ, м. Львів; науковий кореспондент лабораторії організаційної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України; м. Київ, Україна.

Baranyuk, Nazary Ihorovych, lecturer, dept. of Applied Psychology, Faculty of Psychology, Lviv State University of Internal Affairs. Lviv, Researcher, Laboratory of Organizational Psychology, G.S. Kostyuk Institute of Psychology of the NAPS Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: EstimableBNi@ukr.net

УДК 316.6:159.922.62

Борозенцева Т.В., Завацька Н.Є., Жигаренко І.Є.

ЕМПІРИЧНЕ ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН СУЧАСНОГО СОЦІУМУ

Борозенцева Т.В., Завацька Н.Є., Жигаренко І.Є. Емпіричне вивчення соціально-психологічних особливостей корпоративної культури громадських організацій в умовах трансформаційних змін сучасного соціуму. У статті наведено результати емпіричного дослідження соціально-психологічних особливостей корпоративної культури громадських організацій в умовах сучасного соціуму. Встановлено, що корпоративна культура громадських організацій розрізняється за змістом своїх рівнів – знаково-символічним, ціннісно-ідеологічним і глибинним. Проведено диференціацію рівнів розвитку основних структурних компонентів корпоративної культури громадських організацій. Розкрито соціально-психологічні функції корпоративної культури громадських організацій у сучасному соціумі. Виділено соціально-психологічні чинники корпоративної культури громадських організацій: когнітивні, мотиваційні, ціннісні, поведінкові.

Ключові слова: корпоративна культура, громадська організація, компоненти корпоративної культури, соціально-психологічні функції корпоративної культури, соціально-психологічні чинники корпоративної культури, загальний індекс корпоративної культури.

Борозенцева Т.В., Завацкая Н.Е., Жигаренко И.Е. Эмпирическое изучение социально-психологических особенностей корпоративной культуры общественных организаций в условиях трансформационных изменений современного социума. В статье приведены результаты эмпирического исследования социально-психологических особенностей корпоративной культуры общественных организаций в условиях современного социума. Установлено, что корпоративная культура общественных организаций различается по содержанию своих уровней – знаково-символическому, ценностно-идеологическому и глубинному. Проведена дифференциация уровней развития основных структурных компонентов корпоративной культуры общественных организаций. Раскрыты социально-психологические функции корпоративной культуры общественных организаций в современном социуме. Выделены социально-психологические факторы корпоративной культуры общественных организаций: когнитивные, мотивационные, ценностные, поведенческие.

Ключевые слова: корпоративная культура, общественная организация, компоненты корпоративной культуры, социально-психологические функции корпоративной культуры, социально-психологические факторы корпоративной культуры, общий индекс корпоративной культуры.

Постановка проблеми. Перетворення українського суспільства створили основу для формування інноваційних стратегій у сучасному соціумі. Одним із таких напрямків стали зміни соціального середовища громадських організацій, які вплинули не тільки на соціально-економічні показники суспільного розвитку, а й послужили базисом для створення специфічної форми організації діяльності особистості. Спостерігається зростання чисельності громадських організацій, поступово відбувається збільшення їхньої значущості не тільки в політичній,

економічній, а й соціальній структурі [1; 4; 7; 9]. Особливу важливість в їхньому управлінні набувають інтеграційні процеси на базі певної культурної парадигми, яка повинна бути не тільки заявлена, але й стати невід'ємною частиною внутрішнього життя громадської організації. Особливої актуальності набувають питання можливостей впливу на процеси формування, підтримки або зміни корпоративної культури громадських організацій, адже вона може відігравати вирішальну роль у мобілізації всіх ресурсів організації на досягнення цілей [2; 3; 5; 8].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наразі в соціальній та організаційній психології переважно вивчено зміст та структуру корпоративної культури виробничих об'єднань та промислових підприємств (Т. Діл, А. Кеннеді, С. Мішон, Т. Пітерс, А. Уілкінс, Р. Уотермен, Е. Шейн, П. Штерн та ін.), соціально-психологічні чинники її формування (Д. Болінже, Дж. Дістефано, Г. Лейн, У. Оучі, Дж. Хофштеде) [10; 12; 13]. Досліджено образ організації як чинник впливу на її корпоративну культуру (М. Кримчанинова). З'ясовано особливості корпоративної культури в соціальних організаціях (К. Бекелева, О. Ладигін, Т. Соломанідіна). Визначено роль корпоративної культури у внутрішньоорганізаційному соціальному управлінні (Т. Базаров, М. Іонцева, Г. Ященко). Розкрито специфіку корпоративної культури організацій сфери сервісу (Н. Антонова).

На українському просторі дослідження цього напрямку переважно були пов'язані з визначенням сутності корпоративної культури підприємств в умовах сучасного економічного середовища (О. Єськов, А. Коваленко, А. Колесніков, М. Овчаренко, К. Терещенко, О. Тихонов), особливостями впливу її окремих елементів на ефективність роботи (О. Бала, О. Бойкова, Н. Гончарова, О. Муқан) та використання можливостей корпоративної культури в управлінні персоналом (Б. Жаліло, Л. Карамушка, С. Ковалевський, В. Погребняк, Г. Хаєт, Т. Шугурова). Наведено особливості процесу управління корпоративною культурою підприємств (Т. Башук, І. Блохіна, А. Жолудева, Ю. Семенов, І. Сняданко, В. Третьяченко, А. Федоров) та значущість корпоративної культури для професійного становлення членів підприємств та їхньої трудової адаптації (С. Баранова, Н. Завацька, О. Мітічкіна, Л. Спіцина, А. Шевченко та ін.) [1; 2; 4; 6].

Отже, можна констатувати, що дослідження корпоративної культури громадських організацій з дослідницького поля упускаються. Тому наявна важлива теоретико-методологічна і практично значуща проблема, яка полягає в необхідності системного вивчення соціально-психологічних особливостей корпоративної культури громадських організацій, що набуває особливої актуальності в період інтеграції України в європейське і світове співтовариство.

Мета статті – представити результати емпіричного дослідження соціально-психологічних особливостей корпоративної культури громадської організації в умовах трансформаційних змін сучасного соціуму.

Виклад основного матеріалу і результатів дослідження. Для досягнення поставленої мети використано комплекс методів: спостереження; структуроване інтерв'ю «Корпоративна культура організації» (О. Стеклова); психодіагностичні методики («Оцінка рівня організаційної культури» (І. Ладанов), «Визначення типу організаційної культури» (Ч. Хенді), «Інструмент оцінки організаційної культури» (Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI)) (К. Камерон, Р. Куїн), «Оцінка привабливості організаційної культури» (В. Снетков), «Асоціативний тест корпоративної культури» (М. Кримчанинова), «Профіль організаційної культури» (Organizational Culture Profile (OCP)) (С.О'Рейлі, Дж. Чатман, Д. Калдвелл), «Дослідження організаційної культури» (Organizational Culture Survey (OCS)) (С. Гласер, С. Заманов), опитувальник «Як розвивається Ваша організація?» В. Зігерта, Л. Ланге (модифікація Л. Карамушки).

Емпіричне вивчення соціально-психологічних особливостей корпоративної культури громадських організацій ми почали зі з'ясування поглядів досліджуваних на ступінь сформованості корпоративної культури своєї організації, діагностичними критеріями якої виступають рівень розвитку її основних компонентів (комунікації, домінуюча мотивація і мораль, ставлення до роботи, стан управлінської культури) та сила. На наступних етапах дослідження проводилася оцінка привабливості для досліджуваних корпоративної культури своєї громадської організації, визначення її типів та оцінка стану соціально-психологічний клімату в організації. Визначення цих параметрів дозволило провести порівняльний аналіз груп досліджуваних з різними рівнями сформованості корпоративної культури і зіставити чинники, які на них вплинули.

З'ясовано, що в оцінці загального індексу корпоративної культури переважала шкала комунікації. Рівень корпоративної культури визначався досліджуваними як високий (194–212 балів) – 19,7% респондентів та середній (126–142 бали) – 39,3% осіб, що свідчить про важливість комунікативних зв'язків для досліджуваних у процесі інтерналізації до норм і правил громадської організації. Саме інформованість та ефективний зворотний зв'язок допомагають регулювати власну поведінку та діяльність у такій установі. 48,7% досліджуваних вказали на високий рівень розвитку таких складових компонентів корпоративної культури, як робота, мотивація і мораль. Проте визначено, що складова «управління» відстає від інших компонентів корпоративної культури громадської організації, а тому потребує посилення, що може проявлятися у введінні інноваційних форм і методів управління, формуванні індивідуального стилю управлінської діяльності тощо. При цьому динаміки оцінки досліджуваними рівня корпоративної культури в залежності від профілю громадської організації не виявлено ($H=1,23$; $p \leq 0,41$).

Дослідження параметра сили корпоративної культури показало, що майже третина респондентів (34,2%) визначають її як помірно сильну (29 ± 4 бали) – 21,4% осіб та потужну (46 ± 2 бали) – 12,8%

досліджуваних. За допомогою рангового критерію Крускала-Уоліса визначено, що динаміка оцінки сили корпоративної культури досліджуваних різних громадських організацій майже відсутня ($H=1,56$; $p \leq 0,3$). Решта респондентів оцінили корпоративну культуру своєї організації як таку, що не сприяє адаптації до її умов та не відповідає їхнім потребам. Отже, оцінка досліджуваними сили корпоративної культури громадської організації потребує цілеспрямованого підходу до її формування.

Загальний показник привабливості для досліджуваних корпоративної культури громадської організації, який визначався як різниця між показниками «реальної» та «ідеальної» корпоративної культури, встановлений на низькому рівні (-2,4 бала). Непривабливість корпоративної культури зафіксована за шкалами «потреба у визнанні, особистому авторитеті» (-2,7 бала), «патріотизм» (-2,2 бала). У молодіжних громадських організаціях найбільшої зміни зазнає така складова, як «потреба у гарних взаємостосунках» ($H=12,3$; $p \leq 0,02$). Це свідчить про те, що найбільш непривабливі складові корпоративної культури стосуються нестачі доброзичливих стосунків у колективі та недостатньої орієнтації членів організації, особливо молоді, на згуртованість колективу та успіхи організації в цілому.

Вивчення провідних типів корпоративної культури громадських організацій показало, що формально-функціональні та владні аспекти її розвитку переважають над змістовно-смысловими. Так, визначено достатньо високу представленість таких типів корпоративної культури, як «роль» і «влада» (58,1% респондентів). При цьому встановлено низьку представленість у громадських організаціях таких прогресивних типів корпоративної культури, як культура «особистості» і культура «завдання», що може позначатися на ефективності розвитку особистості (особливо в молодіжних громадських організаціях) та виконанні завдань ($H=1,17$; $p \leq 0,06$). На середній рівень розвитку цих типів корпоративної культури вказало 20,5% досліджуваних, а на низький – 15,4% респондентів, що потребує певного посилення і застосування заходів формувального впливу.

Констатовано статистично значущий взаємозв'язок між рівнем сформованості провідних складових і типів корпоративної культури громадських організацій з рівнем їх організаційного розвитку. Визначено, що високий рівень сформованості всіх складових корпоративної культури спостерігається при конструктивному рівні організаційного розвитку ($p \leq 0,01$). Встановлено, що у процесі організаційного розвитку від проблемного до конструктивного знижується рівень розвитку таких консервативних типів організаційної культури, як культура влади ($T=1792,5$; $p \leq 0,7$) та культура ролі ($T=2483,5$; $p \leq 0,03$), та зростає рівень розвитку таких прогресивних типів корпоративної культури, як культура особистості ($T=3779,5$; $p \leq 0,05$) та культура завдання ($T=1851$; $p \leq 0,02$) (за методикою Ч. Хенді).

Визначено відмінності між «бажаними» та «реальними» типами корпоративної культури громадських організацій. Зокрема, при конструктивному рівні організаційного розвитку на ієрархічний тип корпоративної культури як бажаний респонденти орієнтуються меншою мірою ($H=10,4$; $p \leq 0,01$). При цьому цей тип корпоративної культури є найбільш вираженим при проблемному рівні організаційного розвитку. В міру організаційного розвитку громадських організацій від кризового до проблемного зростає значущість кланового типу корпоративної культури ($H=1,54$; $p \leq 0,7$) (за методикою OSAI).

Встановлено, що психологічний клімат у своїх громадських організаціях за напрямком «ставлення до роботи» 47,8% респондентів оцінили як «стабільність», майже третина випробуваних (32,5%) визначає як «формалізованість», і лише 19,7% осіб – як «інноваційність» (за методикою ОСР). При цьому приблизно однакова кількість досліджуваних вважають, що клімат в організації за напрямком «взаємини у колективі» є оптимальним, з вираженим командним духом (41%), та «дуже низький» (37,6 %) з наявністю агресивності ($H=1,61$; $p \leq 0,6$). Констатовано, що найбільш впливовими для респондентів виявилися такі характеристики психологічної атмосфери у колективі, як «повага до людей» ($U=296,5$; $p \leq 0,05$) та «орієнтація на взаємодію» ($U=232,6$; $p \leq 0,005$). Позитивний зміст соціально-психологічного клімату респонденти визначили за параметрами успішності, продуктивності (в діяльній сфері) та співпраці, взаємопідтримки у сфері міжособистісних стосунків ($U=292,5$; $p \leq 0,05$). Крім того, відзначалися параметри «контроль» – коли керівник не тільки виконує контролюючу функцію, а й є помічником, та «збори», а саме продуктивність прийнятих колегіально рішень (за методикою OSC). Саме ці змінні забезпечують досліджуваним атмосферу психологічного комфорту в громадській організації.

Дані структурованого інтерв'ю доповнили результати попередніх вимірів і надають можливість угрупувати думку досліджуваних про громадську організацію в цілому, ключові стратегічні цінності, організаційні символи, «героїв» організації, правила і традиції, корпоративні цінності, що надало можливість зіставити суб'єктивне бачення досліджуваних і тих параметрів корпоративної культури, які були визначені за допомогою психодіагностичних методик.

Для проведення факторного аналізу з метою виокремлення особливостей корпоративної культури громадських організацій методом прямого ранжування були відібрані респонденти з полярними проявами показників за основними змінними дослідження. Враховувалася нерівномірність характеру розподілу респондентів у групах та диференціація досліджуваних групи із середніми показниками за складовими корпоративної культури. За результатами цієї процедури виділено дві групи респондентів з різним ступенем сформованості корпоративної культури – високим (26,5 % респондентів) – I група і низьким (35,9% осіб) – II група. Загальний аналіз факторної матриці дозволив визначити дескриптори («Командна робота», «Участь в

управлінні», «Інформаційні потоки», «Мораль»), які надали можливість виокремити соціально-психологічні чинники корпоративної культури громадських організацій: *когнітивні*, які впливають на оцінку і розуміння членами організації норм та правил поведінки у громадській організації, визначають ступінь адаптації до них; *мотиваційні* та *ціннісні*, що визначають систему мотивації та цінностей членів громадських організацій та впливають на їх організаційну поведінку; *поведінкові*, які відображають рівень комфортності психологічної атмосфери громадської організації для реалізації організаційної поведінки.

У цілому, отримані дані виявили недостатній рівень розвитку окремих складових, типів та показника загального індексу корпоративної культури громадських організацій, а також їхню зумовленість низкою соціально-психологічних чинників. Констатовано виражену потребу в розробці соціально-психологічної програми з підвищення корпоративної культури громадських організацій.

Висновки. Розкрито соціально-психологічні функції корпоративної культури громадських організацій у сучасному соціумі, серед яких провідними є *ідентифікаційна* (надає організаційну ідентичність її членам; визначає внутрішньогрупове уявлення про організацію; будучи важливим джерелом стабільності, створює відчуття надійності самої організації та статусу її членів в ній; сприяє формуванню почуття соціальної захищеності), *оцінна* (знання основ корпоративної культури своєї громадської організації допомагає новим її членам правильно оцінювати та інтерпретувати події, що відбуваються в організації, визначаючи в них найбільш важливі й суттєві аспекти), та *нормативно-стимулююча* (активізує самосвідомість та високу відповідальність членів організації, які виконують висунуті перед ними завдання; визнаючи й заохочуючи таких осіб корпоративна культура ідентифікує їх в якості рольових моделей (зразків для наслідування)).

Виокремлено соціально-психологічні чинники корпоративної культури громадських організацій: *когнітивні* (високий рівень привабливості корпоративної культури громадської організації, її образ, який визначає зміст і характер соціальних уявлень про цінності організації та норми поведінки в ній; повнота володіння та обміну членами організації інформацією для прийняття рішень; частота контактів; уникнення невизначеності); *мотиваційні* (високий рівень мотиваційної спрямованості членів організації до продуктивної роботи на досягнення цілей або виконання завдань в громадській організації; ототожнення з організацією; висока мотивація організаційної поведінки); *ціннісні* (високий рівень цілеспрямованості організації та організаційної інтеграції; чіткість цілей, стратегічного напрямку та намірів громадської організації; орієнтація на соціальні, професійні, інтелектуальні, духовні цінності); *поведінкові* (злагоженість командної взаємодії членів громадської організації один з одним і з керівництвом; залучення членів організації до процесу управління, зокрема при постановці завдань та виборі засобів їх реалізації; почуття довіри, надійності та впевненості, оптимальний соціально-психологічний клімат у громадській організації).

Перспективи подальших досліджень. Здійснене дослідження відкриває перспективи для подальшого вивчення проблеми психологічних особливостей корпоративної культури громадських організацій. Автор вбачає їх у вдосконаленні діяльності психологічної служби організації у напрямі створення системи психологічного консультування з питань розвитку корпоративної культури громадських організацій різного профілю та відповідної підготовки практичних соціальних психологів до такої діяльності.

Список використаних джерел

1. Бала О.І. Принципи корпоративної культури підприємства: сутність та види / О.І. Бала, О.В. Муқан, Р.Д. Бала // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 682. – С. 11–15.
2. Башук Т.О. Доцільність формування корпоративної культури на підприємстві / Т.О. Башук, А.М. Жолудева // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 179–184.
3. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн ; пер. с англ. ; под ред. И.В. Андреевой. – СПб. : Питер, 2001. – 320 с.
4. Корпоративна культура : навч. посібник / [Г.Л. Хаєт, О.Л. Єськов, С.В. Ковалевський та ін.] ; за ред. Г.Л. Хаєта. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.
5. Могутнова Н.Н. Корпоративная культура: понятие, подходы / Н.Н. Могутнова // Социологические исследования. – 2005. – № 4. – С. 130–136.
6. Овчаренко М.І. Корпоративна культура організації як економічна категорія: її сутність і зміст / М.І. Овчаренко // Збірник наукових праць «Економічний простір». – 2011. – № 52/2. – С. 250–259.
7. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании / Т.О. Соломанидина. – М. : ООО «Журнал «Управление персоналом», 2003.
8. Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка / О.Г. Тихомирова. – СПб., 2008. – С. 148.
9. Cooke, R.A. Using the Organizational Culture Inventory to understand the operating cultures of organizations / R.A. Cooke, J.L. Szumal ; Ashkanasy N.M., Wilderom C.P.M., Peterson M. F. (Eds.) // Handbook of organizational culture and climate. – Thousand Oaks, CA : Sage, 2000.
10. Glaser, S.R. Measuring and interpreting organizational culture / S.R. Glaser, S. Zamanou, K. Hacker // Management Communication Quarterly. – 1987. – № 1(2). – P. 173–198.

11. O'Reilly, C.A. People and organizational culture: A profile comparison approach to personorganization fit / C.A. O'Reilly, J.A. Chatman, D.F. Caldwell // *Academy of Management Journal*. – 1991. – № 34(3). – P. 487–516.
12. Shein, E. *Organizational Psychology* / E. Shein. – [3-rd edition]. – London : Prentice-Hall, 2003.
13. An instrument to measure organizational culture / W.Z. Van der Post, T. J. De Coning et al. // *South African Journal of Business Management*. – 1997. – № 28(4). – P. 147–168.

Spisok vikoristanih dzherel

1. Bala O.I. Principi korporativnooji kul'turi pidprijemstva: sutnist' ta vidi / O.I. Bala, O.V. Mukan, R.D. Bala // *Visnik Nacional'nogo universitetu «L'vivs'ka politehnika»*. – 2010. – № 682. – S. 11–15.
2. Bashuk T.O. Docil'nist' formuvannja korporativnooji kul'turi na pidprijemstvi / T.O. Bashuk, A.M. Zholudeva // *Marketing i menedzhment innovacij*. – 2011. – № 2. – S. 179–184.
3. Kameron K. Diagnostika i izmenenie organizacionnoj kul'tury / K. Kameron, R. Kuinn ; per. s angl. ; pod red. I.V. Andreevoj. – SPb. : Piter, 2001. – 320 s.
4. Korporativna kul'tura : navch. posibnik / [G.L. Hajet, O.L. Jes'kov, S.V. Kovalevskij ta in.] ; za red. G.L. Hajeta. – K. : Centr navchal'noji literaturi, 2003. – 403 s.
5. Mogutnova N.N. Korporativnaja kul'tura: ponjatie, podhody / N.N. Mogutnova // *Sociologicheskie issledovanija*. – 2005. – № 4. – S. 130–136.
6. Ovcharenko M.I. Korporativna kul'tura organizacii jak ekonomichna kategorija: jiji sutnist' i zmist / M.I. Ovcharenko // *Zbirnik naukovih prac' «Ekonomichnij prostir»*. – 2011. – № 52/2. – S. 250–259.
7. Solomanidina T.O. Organizacionnaja kul'tura kompanii / T.O. Solomanidina. – M. : OOO «Zhurnal «Upravlenie personalom»», 2003.
8. Tihomirova O.G. Organizacionnaja kul'tura: formirovanie, razvitie i oценка / O.G. Tihomirova. – SPb., 2008. – S. 148.
9. Cooke, R.A. Using the Organizational Culture Inventory to understand the operating cultures of organizations / R.A. Cooke, J.L. Szumal ; Ashkanasy N.M., Wilderom C.P.M., Peterson M. F. (Eds.) // *Handbook of organizational culture and climate*. – Thousand Oaks, CA : Sage, 2000.
10. Glaser, S.R. Measuring and interpreting organizational culture / S.R. Glaser, S. Zamanou, K. Hacker // *Management Communication Quarterly*. – 1987. – № 1(2). – P. 173–198.
11. O'Reilly, C.A. People and organizational culture: A profile comparison approach to personorganization fit / C.A. O'Reilly, J.A. Chatman, D.F. Caldwell // *Academy of Management Journal*. – 1991. – № 34(3). – P. 487–516.
12. Shein, E. *Organizational Psychology* / E. Shein. – [3-rd edition]. – London : Prentice-Hall, 2003.
13. An instrument to measure organizational culture / W.Z. Van der Post, T. J. De Coning et al. // *South African Journal of Business Management*. – 1997. – № 28(4). – P. 147–168.

Borozentseva, T.V., Zavatskaya, N.E., Zhygarenko, I.E. The empirical investigation into socio-psychological characteristics of corporate culture of NGOs under transformations of modern society. The article presents the results of an empirical investigation into the social and psychological characteristics of the corporate culture of non-government organizations (NGOs) in today's society. It was found that the corporate culture of NGOs had a social character and was a hierarchy of rules, behavioral norms, traditions, ceremonies and rituals based on the organizations' inherent value system, social partnership and social and ethical responsibility, adopted in the organization and abided by its members to promote organizations' efficiency.

The corporate culture of NGOs differs in the content of their semantic-symbolic, value-ideological and depth levels. The authors discuss different levels of the main structural components of corporate culture of NGOs. The corporate culture of NGOs was shown to be based on the organizational and functional typologies that determine the following dimensions of the organizational situation: a leader's type, the NGO members' motivation type, management and relationships style, external positioning etc.

The authors also describe the social and psychological functions of corporate culture of NGOs in modern society with the identifying, evaluating and regulatory functions being the leading ones.

The cognitive, motivational, value and behavioral socio-psychological factors were shown to affect the corporate culture of NGOs.

Keywords: corporate culture, NGO, corporate culture components, social and psychological functions of corporate culture, social and psychological factors in corporate culture, corporate culture overall index.

Відомості про авторів

Борозенцева Тетяна Валеріївна, здобувач кафедри соціальної та практичної психології Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, м. Северодонецьк, Україна.

Borozentseva, Tatiana Valerievna, graduate student, Department of Social and Applied Psychology East-Ukrainian National University named after V. Dahl, Severodonetsk, Ukraine.

E-mail: zavadski65@mail.ru

Завацька Наталія Євгенівна, доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри соціальної та практичної психології Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, м. Северодонецьк, Україна.

Zavatskaya, Natalia Yevgenevna, doctor of psychology, professor, head of the Department of Social and Applied Psychology East Ukrainian National University named after V. Dahl, m. Severodonetsk, Ukraine.

E-mail: zavadski65@mail.ru

Жигаренко Ігор Євгенович, кандидат психологічних наук, доцент кафедри соціальної та практичної психології Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, м. Северодонецьк, Україна.

Zhigareno, Igor Yevgenevich, candidate of psychological sciences, associate professor of Social and Applied Psychology East-Ukrainian National University named after V. Dahl, Severodonetsk, Ukraine.

E-mail: zavadski65@mail.ru

УДК 159.9

Пілецька Л.С.

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Пілецька Л.С. Соціально-психологічний аналіз організаційної культури вищих навчальних закладів. Стаття присвячена аналізу організаційної культури вищих навчальних закладів. Виокремлено основні наукові підходи до розуміння сутності організаційної культури. Виділено основні типи та групи організаційної культури. Організаційна культура являє собою організаційно-психологічне середовище життєдіяльності співробітників організації. Вона проявляється на рівні окремої особистості, групи та організації в цілому у вигляді норм, цінностей, у структурі мотивації і стандартах поведінки, в стилі управління, в структурі організації і в організаційно-управлінських процедурах і, у свою чергу, впливає на ефективність діяльності співробітників і організації в цілому, на ставлення співробітників до організації, до результатів діяльності та колективу, а також на рівень розвитку групових відносин та їх динаміку

Ключові слова: організаційна культура, вищий навчальний заклад, субкультура, цінності, корпоративний дух, студентське середовище, соціокультурний простір.

Пилецкая Л.С. Социально-психологический анализ организационной культуры высших учебных заведений. Статья посвящена анализу организационной культуры высших учебных заведений. Выделены основные научные подходы к пониманию сущности организационной культуры. Выделены основные типы и группы организационной культуры. Организационная культура представляет собой организационно-психологическую среду жизнедеятельности сотрудников организации. Она проявляется на уровне отдельной личности, группы и организации в целом в виде норм, ценностей, в структуре мотивации и стандартах поведения, в стиле управления, в структуре организации и в организационно-управленческих процедурах и, в свою очередь, влияет на эффективность деятельности сотрудников и организации в целом, на отношение сотрудников к организации, к результатам деятельности и коллектива, а также уровень развития групповых отношений и их динамику.

Ключевые слова: организационная культура, высшее учебное заведение, субкультура, ценности, корпоративный дух, студенческую среду, социокультурное пространство.

Постановка проблеми. Реформування вищої освіти в Україні обумовлює необхідність якісних перетворень багатьох сфер функціонування вищих навчальних закладів. Ефективне налагодження навчального процесу у вищих навчальних закладах, підвищення професійної мобільності та конкурентоспроможності майбутніх фахівців на сучасному ринку праці потребують розробки нових підходів і критеріїв якості підготовки студентів. Важливими постають проблеми організаційної культури освітнього закладу у формуванні особистості майбутнього професіонала. Студент, долучаючись до організаційного середовища навчального закладу, перебуває в особливому соціокультурному просторі, з певними цінностями та ідеалами, що не може не позначитися на його професійному становленні. Проблема організаційної культури навчального закладу, попри деяку розробленість у науковій літературі, вимагає всебічного розгляду та аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На теперішній час в соціальній та організаційній психології найкраще вивчено зміст та структуру організаційної культури виробничих об'єднань та промислових підприємств (Т. Діл, А. Кеннеді, С. Мішон, У. Оучі, Т. Пітерс, А. Уїлкінс, Р. Уотермен, Е. Шейн, П. Штерн та ін.), соціально-психологічні чинники її формування (Д. Боліже, Дж. Дістефано, Г. Лейн, У. Оучі, Дж. Хофстеде). Дослідження переважно були пов'язані з визначенням сутності організаційної культури підприємств в умовах сучасного економічного середовища (С. К. Рошин, А. В. Колесніков, О. Г. Тихомірова, О. П. Тихонов), особливостями впливу її окремих елементів на ефективність роботи організації (О. І. Бойкова, Н. Є. Гончарова, І. В. Грошев, Т. О. Соломанідіна) та використання можливостей організаційної культури в управлінні персоналом (Т. Ю. Базаров, Б. Г. Жаліло, В. О. Погребняк). Специфіка організаційної культури на українському просторі визначена у дослідженнях С. В. Баранової, І. О. Блохіної, І. І. Сняданко. Особливості процесу управління організаційною культурою підприємств розкрито в роботах Л. Е. Орбан-Лембрик, Ю. Г. Семенова, В. В. Третьяченко, а значущість організаційної культури для професійного становлення членів