**Об’єктом** дослідження виступають жителі міста Харкова у віці від 18 до 28 років, які стикаються з організаційною культурою під час своєї професійної діяльності.

**Предмет** дослідження - це вплив організаційної культури на зміну цінностей та норм молоді міста Харкова.

**Ціль** даного дослідження полягає в виявлені основних аспектів організаційної культури, які впливають на цінності та норми респондентів.

Така ціль припускає наступні **завдання**:

1. Перше
2. Друге

В якості основного **методу** дослідження була вибране фокус-групове інтерв’ю. Фокус-групове інтерв'ю - це метод дослідження, що являє собою інтерв'ювання представників цільової аудиторії. За допомогою цього методу можливо отримати суб'єктивні думки респондентів що до досліджуваної проблеми, які виявляються під час дискусії.

Доцільність даного методу обумовлює характер вибраних об’єкту, предмету та цілі дослідження. Оскільки нас абсолютно не цікавлять автобіографії респондентів, опис їх сім'ї тощо , то метод наративного інтерв'ю використовувати не варто, але й стандартизоване інтерв'ю використовувати також не має сенсу, так як проблема вивчена досить слабко і не хотілося б обмежувати респондентів у їх творчості. Основною перевагою даного методу є здатність направляти бесіду в потрібне русло, не пропонуючи варіантів відповіді і, тим самим не обмежуючи респондентів, але й не даючи їм можливості заглибитися в не потрібну для дослідника інформацію. Також даний метод, завдяки тому, що в ньому приймає участь декілька респондентів одночасно, може допомогти виявити, в ході дискусії, нові спочатку не помічені аспекти проблеми.

Основні **критерії вибірки** респондентів:

1) передбачається вибір респондентів обох статей;

2) вік респондентів повинен бути в діапазоні від 18 до 28 років;

3) стаж їх перебування в організації повинен бути не менш ніж пів року;

4) респонденти повинні проживати в місті Харкові на момент проведення дослідження;

Для відбору респондентів був використаний випадковий метод: спочатку були вибрані необхідні організації з різних сферах діяльності, а потім за допомогою методу випадкового відбору були позначені необхідні індивіди. Всього до участі в фокус-груповому інтерв’ю було запрошено 36 осіб. Мінімальна кількість учасників становить 24 особи, але оскільки частина респондентів може не з’явитися в відведений час на інтерв’ю.

Згідно з критеріями вибірки була визначена кількість та состав фокус-груп. Всього в дослідженні планується провести 4 фокус-групи:

* Жінки у віці 18-23;
* Чоловіки у віці 18-23;
* Жінки у віці 24-28;
* Чоловіки у віці 24-28.

Також потрібно **операціоналізувати** поняття «організаційна культура». Для початку необхідно дати визначення даного терміну. В попередній частині цієї дипломної роботи ми вже приводили багато визначень даного терміну, але для програми дослідження найбільш доречним буде наступне: «Організаційна культура — це система прийнятих серед членів організації представлений та підходів до формування соціальних відношень поміж членами організації під час виконання професійної діяльності». Виходячи з такого визначення, ми можемо проаналізувати співвідношення організаційної культури з іншими подібними поняттями такими як: культура, субкультура, контркультура та корпоративна культура.  
Логічно розпочати з найширшого поняття, а саме з поняття «культура». Слід зазначити, що термін «культура» має дуже багато тлумачень та визначень. Але ми будемо використовувати лише наступне тлумачення – культура як норма поведінки. Згідно з цього тлумачення, культура складається з трьох аспектів:

* Норми поведінки, які показують як повинні поводитися члени цієї культури.
* Життєві цінності, які є найважливішими поняттями в житті людини.
* Артефакти – матеріальні носії культури.

Як можна здогадатися з назви, організаційна культура є частиною загального поняття «культура». Тобто вона може відтворювати один, декілька або всі аспекти культури.

Що стосується поняття «субкультура», то на думку автора, організаційна культура є одним з видів субкультури. Субкультура - система цінностей, установок моделей поведінки, життєвого стилю соціальної групи, що представляє собою самостійне цілісне утворення в рамках домінуючої культури. Оскільки організаційна культура, як вже було відзначено раніше, розповсюджується не на все суспільство, а тільки на якусь невелику його частину – соціальну групу, то

«корпоративна культура».

Що стосується терміну «контркультура» , то на думку автора дане поняття не має суміжних областей з організаційною культурою і в більшості випадків виступає її протилежністю, так як більшість соціально-культурних установок і орієнтацій протиставляються традиційній культурі і конформізму.

В якості мотивації для респондентів виступає їх свідомість та бажання прийняти участь у дипломному проекті. Ніякого матеріального винагородження, в силу відсутності фінансування, не передбачається.

За час дослідження було проведено 4 фокус-групові інтерв’ю за допомогою яких було опитано 27 респондентів з 36 запрошених (75%). Кожний респондент заповнив скринінг-анкету, яка приведена в додатках []. За допомогою анкети були отримані необхідні для групування респондентів та аналізу їх відповідей дані.

Состав

Загальні знання респондентів стосовно проблеми.

Мнение стосовно проблеми.

Согласие частников, несогласие, единогласие и единичніе мнения.

Характеристика групи, различия и совпадения