

*Гулей И. А., ассистент
Белгородский государственный национальный исследовательский университет*

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ИННОВАЦИОННОГО ВУЗА В ПЕРИОД МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

gulei@bsu.edu.ru

В статье рассматриваются проблемы развития организационной культуры высших учебных заведений на стыке реформирования образования в России. Представленные автором результаты социологического исследования позволяют актуализировать необходимость интеграции феномена организационной культуры в систему корпоративного управления вузом.

Ключевые слова: организационная культура, инновационный вуз, образование, студенты, система.

Основное направление модернизации высшего образования непосредственно связано с необходимостью приведения его в соответствие с требованиями глобальной экономики, основанной на знаниях. Данный запрос общества позволяет выделить в качестве одного из перспективных направлений трансформации классического университета создание инновационного университета, в основе которого лежит «треугольник знаний»: «образование - исследование - инновации». Однако опыт последнего десятилетия, когда университеты стали активно включаться в инновационную деятельность, показывает, что необходимо более детально оценивать возможности и перспективы университетов как конкурентоспособных активов на рынке инноваций [2]. Анализ деятельности ведущих университетов развитых стран показывает, что даже лучшие из них могут быть инновационно успешными лишь при тесном взаимодействии с современными, экономически развитыми промышленными корпорациями. Именно высокотехнологические корпорации являются в настоящее время основными производителями инноваций практически во всех сферах современной жизни и, в первую очередь, конечно, в таких отраслях, как информационно-коммуникационные технологии и биотехнологии, которые задают всё возрастающий темп развития мировой индустрии. Ключевой же задачей инновационного университета в этих условиях становится подготовка специалистов и менеджеров для инновационной экономики.

Эффективное высшее образование позволяет осуществлять фундаментальную подготовку высококвалифицированных специалистов в соответствии с потребностями и целями общества, бизнеса и государства. С данной позиции развитие университетского образования в значительной степени зависит от специфики организационной культуры, которая конструирует единое символическое и ценностное внутриуниверситетское и социокультурное пространство. Организационная культура является

первостепенным фактором, обуславливающим не только успешное проведение структурных или системных преобразований, но и само существование университетской инфраструктуры, системы управления научно-образовательным процессом и научно-инновационными комплексами. Значимость организационной культуры достаточно велика, поскольку она формирует корпоративные стандарты, ценности, атрибуты, стиль, традиции и нормы внутриорганизационных отношений, от которых зависит не только эффективность и инновационный характер университетской системы как института подготовки академических, педагогических и профессиональных кадров, но и социальный имидж университетов как институтов меритократического продвижения и профессиональной мобильности [3].

Являясь сложной структурной единицей, выполняющей образовательные, воспитательные, научные, социальные, хозяйственные функции, вуз имеет достаточно сложную систему управления. В качестве главных особенностей высшего учебного заведения как сложно организованной системы, сопоставимой по своим масштабам с предприятиями производственной сферы, С.Д. Резник и О.А. Сазыкина выделяют следующие его характеристики:

1. множественность целей деятельности вуза и сложность системы взаимосвязанных процессов, так как в состав вуза входят разнообразные структурные подразделения, взаимодействующие, в том числе, с внешними учреждениями, организациями и предприятиями;

2. многоконтурность системы вуза и тесная взаимосвязь управляемых процессов. Управление в вузе какой-либо конкретной сферой необходимо рассматривать как многоаспектное и многосвязное управление, требующее тесной координации управленческих решений между различными направлениями деятельности;

3. большая часть управляемых процессов начинается в вузе, а заканчивается за его преде-

лами. То есть управление вузом - это управление с глобальной обратной связью, как правило, через внешнюю среду, в которой проявляются результаты деятельности вуза, формируется его имидж, складывается его авторитет как образовательного, научного и культурного центра;

4. высокая инерционность вуза как системы, так как результаты деятельности вуза проявляются через достаточно большой интервал времени;

5. широкое использование в деятельности вуза информационных технологий [1].

Значимость изучения специфики формирования организационной культуры инновационных вузов становится особенно актуальным в условиях модернизации высшего образования в России. Каково восприятие организационной культуры студентов, какую миссию видят они у своего образовательного заведения, вкладывают ли они в его организационную культуру ценности, способствующие дальнейшему инновационному развитию вуза? Оказывает ли влияние деятельность вуза на конкурентоспособность выпускников на рынке труда? Эти и другие вопросы мы постарались выяснить путем опроса

студентов Белгородского государственного национального исследовательского университета (НИУ «БелГУ») как инновационного вуза Белгородской области. Совокупная выборка респондентов составила 603 студента 2-4 курсов Института управления, Экономического и Педагогического институтов НИУ «БелГУ».

Основной вопрос нашего исследования в студенческой среде был направлен на определение понимания студентами понятия организационной культуры как таковой (табл. 1). Как показали ответы респондентов, большинство из них (48,09%) относят к организационной культуре как ценности и традиции, нормы и правила, так и престиж, и имидж университета. Объединение всех компонент (культурного, регулятивного и демонстративного) дает возможность говорить о системном восприятии организационной культуры студентами. Но, наряду с этим, существует достаточно большая группа респондентов, ориентирующаяся в восприятии организационной культуры только на культурный компонент (24,88%) или только на регулятивный (20,56%).

Таблица 1

Понимание студентами организационной культуры

Что Вы понимаете под организационной культурой вуза?	Количество	
	абс.	%
ценности и традиции университета	150	24,88%
нормы и правила поведения	124	20,56%
имидж и престиж университета	38	6,30%
все вышеперечисленное	290	48,09%
Нет данных	1	0,17%

Следующий вопрос позволил нам определить восприятие студентами этапа в развитии организационной культуры их вуза (табл. 2). Студентам был предложен в качестве динамического основания развития организационной культуры жизненный цикл организации. Большинство респондентов признают организационную культуру своего университета достаточно

развитой, тем самым относя ее к этапу активного роста (54,23%). В то же самое время, на уровне зарождения отнесли организационную культуру собственного вуза 34,49% студентов. На этап стабильности в жизненном цикле претендует организационная культура у 9,62%, а стадию кризиса диагностируют всего 1,66% опрошенных студентов.

Таблица 2

Этап формирования организационной культуры вуза, по мнению студентов

Как Вы считаете, на каком этапе формирования находится организационная культура Вашего вуза?	Количество	
	абс.	%
организационная культура нашего вуза достаточно развита, находится на этапе совершенствования	327	54,23%
организационная культура нашего вуза находится в стабильном состоянии	58	9,62%
организационная культура нашего вуза находится на стадии зарождения и развития	208	34,49%
организационная культура в нашем вузе отсутствует или находится в состоянии кризиса	10	1,66%

Ориентацию организационной культуры своего университета большинство студентов определяют как внутреннюю - «ориентация на основные цели и приоритетные направления развития университета» (46,60%) (табл. 3). Но, достаточно большое количество опрошенных,

указывают на значимость внешнего, демонстративного направления организационной культуры - «ориентация на имидж и престиж университета» (34,14%).

Существует также небольшая группа респондентов, отметившая клиентскую направ-

ленность организационной культуры университета (16,25%). В свете новых реформ и постановлений, фиксирование такой направленности дает вузу определенные преимущества в пере-

стройке ценностной системы, фундамента образовательного и научного процесса. Данные о предпочтении клиентоориентированной организационной культуры представлены в таблице 3.

Таблица 3

Ориентация организационной культуры университета

Как Вы считаете, на что ориентирована организационная культура Вашего университета?	Количество	
	абс.	%
на престиж университета	230	38,14%
на основные цели и приоритетные направления развития университета	281	46,60%
на преподавателей	26	4,31%
на студентов	98	16,25%
на рост материального благополучия вуза	53	8,79%

Следующий вопрос был направлен на определение направления идеологического развития организационной культуры вуза (табл. 4). Студентам было предложено сформулировать миссию университета. Большинство студентов возвели в этот ранг главные функции вуза - «профессиональная подготовка студентов» (55,72%) и «предоставление доступного и качественного образования», что соответствует мнению респондентов по предыдущему вопросу. На

третьем месте находится миссия, реализующая внешние функции - престиж и конкурентоспособность (11,77%).

Не один из студентов не указал более глобальные социальные цели, стоящие перед современным университетом, например, создание единого научно-образовательного пространства, включение в мировую научно-образовательную систему, соответствие мировым стандартам и т.д.

Таблица 4

Миссия университета, по мнению студентов

Как Вы считаете, какова миссия Вашего университета?	Количество	
	абс.	%
получение материальных средств	18	2,99%
инновационное развитие вуза	14	2,32%
профессиональная подготовка студентов	336	55,72%
раскрытие потенциала студентов	43	7,13%
предоставление доступного и качественного образования	179	29,68%
повышение престижа университета и его конкурентоспособность	71	11,77%
миссии нет	2	0,33%
Нет данных	29	4,81%

Проведенное нами предварительно исследование и фокус группы, позволили прийти к наиболее значимому набору ценностей, который продуцируется организационной культурой инновационного вуза. Данный набор был предложен студентам для выбора тех ценностей, которые были интериоризованы ими в процессе адаптации к организационной культуре вуза (табл. 5). К сожалению, основными ценностями для студентов являются ценности, подтверждающие внешнюю мотивацию: престижность обучения в вузе и получение диплома (33,67%, 32,17%). Достаточно значимый, но меньший выбор получили такие ценности как самореализация (24,88%) и развитие творческих и профессиональных способностей (21,23%).

На вопрос об управлении организационной культурой в институте большинство студентов отметили роль студенческого самоуправления (49,59%) (табл. 6). Такое положение вещей наиболее всего характерно для государственных

университетов. Вторым по значению субъектом управления организационной культурой студенты определяют администрацию факультета (32,34%).

Следующий блок вопросов был посвящен влиянию организационной культуры вуза на дальнейшую профессиональную деятельность студентов, на их последующую профессионализацию и трудовую адаптацию (табл. 7). Большинство студентов подчеркнули однозначность влияния организационной культуры вуза на их профессиональное будущее (67,66%). Но, 25,37% студентов указали на отсутствие такого влияния. Корреляционный анализ показал связь между ответами на вопрос о развитии организационной культуры и признанием студентами такого влияния - большинство из отрицательно ответивших на этот вопрос, указали ранее на стагнацию или кризис организационной культуры в вузе.

Таблица 5

**Интерииоризация студентами приоритетных ценностей организационной культуры
инновационного вуза**

Какие ценности университета Вы разделяете?	Количество	
	абс.	%
престижность обучения в вузе	203	33,67%
Самореализация	150	24,88%
развитие профессионально-творческих способностей	128	21,23%
получение диплома о профессиональном образовании	194	32,17%
общение с профессорско-преподавательским составом	23	3,81%
получение стипендии	15	2,49%
все вышеперечисленное	2	0,33%
Нет данных	1	0,17%

Таблица 6

Управление и развитие организационной культуры вуза

Кто осуществляет деятельность по развитию организационной культуры на Вашем факультете, специальности?	Количество	
	абс.	%
администрация факультета	195	32,34%
студенческий актив факультета	299	49,59%
никто не занимается проблемой организационной культуры	20	3,32%
затрудняюсь ответить	127	21,06%

Таблица 7

Влияние организационной культуры на профессиональную деятельность студентов

Как Вы считаете, повлияет ли организационная культура вуза на Вашу дальнейшую профессиональную деятельность?	Количество	
	абс.	%
да, конечно	191	31,67%
скорее да, чем нет	217	35,99%
скорее нет, чем да	96	15,92%
Нет	63	10,45%
затрудняюсь ответить	35	5,80%
Нет данных	1	0,17%

Студентам, подчеркнувшим значение организационной культуры в их дальнейшей профессиональной деятельности, было предложено

указать влияние инновационного уровня развития на конкурентоспособность личности как выпускника данного учебного заведения (табл. 8).

Таблица 8

Направления влияния организационной культуры инновационного вуза на профессиональную деятельность студентов

Если Вы считаете, что организационная культура инновационного вуза окажет влияние на Вашу профессиональную деятельность, то каким образом?	Количество	
	абс.	%
я так не считаю	102	16,92%
сплоченность коллектива	12	1,99%
развитие личностных качеств, коммуникабельность, дисциплинированность и ответственность	279	46,27%
внедрение опыта в организацию	59	9,78%
Нет данных	151	25,04%

Большинство студентов указывают, что в дальнейшем организационная культура инновационного вуза будет способствовать развитию их личностных качеств, коммуникабельности, дисциплинированности и ответственности (46,27%), тем самым подчеркнув наличие соответствующих ценностей в материнской культуре вуза.

Проведенное нами исследование позволяет сделать следующие выводы. Организационная культура инновационного вуза воспринимается

студентами как движущая сила развития университета и как отражение его политики, внутренней и внешней стратегии. Реформирование образовательной системы поставило университеты в бифуркационную ситуацию выбора дальнейшего пути, что нашло отражение в формировании развивающейся организационной культуры, динамично меняющей свое идеологическое основание. Ценности, транслируемые в университете, нельзя отнести к ценностям, формирующим гармоничную личность или ценностям, ра-

ботающим на перспективу профессионализации молодого специалиста. Скорее, это ценности, подтверждающие смысл собственно пребывания в университете. Не случайно, на перспективу будущей деятельности, студенты рассматривают как потенциальный ресурс нормы и традиции университета. Хотя, традиции также не ориентируют студента на перспективное развитие и будущую трудовую деятельность. На наш взгляд, исследование позволяет сделать вывод о необходимости всестороннего изучения организационной культуры университета как инновационной системы, и актуальности разработки организационно-технологических механизмов формирования организационной культуры в вузе. Но самое главное, исследование дало возможность сделать вывод - интеграционные процессы, активным участником которых в последнее время становится современный и инновационный вуз, не находят отражения в специфике их организационных культур. Данный факт поз-

воляет судить об отсутствии на данном этапе интериоризации таких ценностей как «сотрудничество» и «интеграция» не только в студенческой среде, но и собственно в процессе управления организационной культурой инновационного вуза.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гулей И.А. Организационная культура в университетской среде: концептуальный подход // Социология образования. 2012. № 11. С. 58-64.
2. Тарабаева В.Б. Управление конфликтами инновационного развития вузов: Автореф. дис. док. соц. наук. Белгород, 2009. 42с.
3. Сапрыка В.А., Шаповалова И.С., Шмигирилова Л.Н. Социологический мониторинг внутривузовской среды // Современные проблемы науки и образования. 2012. №2. С. 412.