

Оценка студенческой субкультуры вуза как стратегия повышения его конкурентоспособности

Н. Д. Гуськова, А. В. Ерастова

*Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарёва, г. Саранск, Россия*

menegment310@yandex.ru

Рассмотрено изучение организационной культуры вуза как социально-экономической категории, как рычага совершенствования управления и важнейшего фактора, оказывающего влияние на эффективность развития вуза. Показан сравнительный анализ идеографического и формализованного методологических подходов к оценке организационной культуры вуза. Апробированы методы исследования Р. Холла, Г. Хофстеда, К. Камерона и Р. Куинна на примере изучения мнения студенческого состава Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва. Предложено использовать параметры субкультуры студенчества как главного носителя, индикатора культуры вуза для определения стратегии управления организационной культурой и конкурентоспособностью.

Ключевые слова: организационная культура; студенты вуза; диагностика организационной культуры; методы исследования; элементы организационной культуры; конкурентоспособность.

Evaluation of the Student Subculture of the University as a Strategy for Increasing its Competitiveness

N. D. Gus'kova, A. V. Erastova

National Research Mordovia State University, Saransk, Russia

menegment310@yandex.ru

Organizational culture is the most important factor, which make influence on the competitiveness, efficiency and success of the university. That is why it is very important to correctly diagnose the condition and identify the problematic aspects of the organizational culture to further improve it. The purpose of the article is to check the research methods of such scholars as R. Hall, G. Hofstede, K. Cameron and R. Quinn on the example of the National Research Mordovia State University student subculture. The results of the study determine the management strategy of the organizational culture and competitiveness of the university.

Keywords: organizational culture; students; organizational culture diagnostics; research methods; organizational culture elements; competitiveness.

Глобальный характер конкуренции в сфере образовательных услуг определяет необходимость выявления факторов, обеспечивающих

конкурентные преимущества современным вузам. Один из таких факторов — формирование и развитие организационной культуры.

Поскольку организационная культура способствует идентификации высшего учебного заведения во внешней образовательной среде и регулирует поведенческие нормы и взгляды во внутренних коммуникациях, можно назвать ее мощным рычагом совершенствования управления. Отвечая современным требованиям стейкхолдеров, она оказывает положительное влияние на взаимодействие преподавателей, сотрудников и студентов, а следовательно, и на качество всех процессов внутренней среды вуза.

Изучению организационной культуры как социально-экономической категории посвящено большое количество научных работ. Исследователи Э. Шейн [1] и В. А. Спивак [2] предлагают рассматривать организационную культуру как совокупность ценностей, норм поведения, обычаев и традиций. Э. Джакус [3] и В. В. Томилов [4] понимают организационную культуру как образ мышления. Теоретическое обоснование организационной культуры, описание

ее свойств и функций нашли отражение в работах зарубежных и отечественных ученых [5; 6; 7; 8; 9]. Особое внимание в научной литературе уделено вопросам диагностики организационной культуры [6; 10; 11; 12; 13; 14]. Актуально сегодня в отечественной образовательной сфере исследование вопросов организационной культуры вузов [15; 16; 17; 18; 19; 20; 21]. Довольно много методологических подходов к оценке организационной культуры. Они подразделяются на идеографические и формализованные. Идеографический подход дает возможность комплексного представления о практике управления, о сложившихся правилах, традициях (церемониях, ритуалах), об устном фольклоре. Однако главный недостаток идеографического подхода в том, что он не раскрывает глубинных особенностей организационной культуры. Формализованный подход основан на получении статистических данных. Он также имеет ряд недостатков (табл. 1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика методологических подходов в исследовании организационной культуры вуза

Идеографический подход	Формализованный подход
<i>Достоинство</i>	
Доступность исследуемой базы	Наличие готовых алгоритмов
Выявление взаимосвязи изучаемых сторон и проблем	Сравнимость результатов
	Точность и наглядность
	Объективность результатов
	Возможность компьютеризации
<i>Недостаток</i>	
Недостаточная инструментальность	Субъективизм экспертной оценки
Трудоемкость	Большие временные затраты

Для получения более объективной картины исследования организационной культуры, по нашему мнению, целесообразно использовать несколько методологических подходов. В связи с этим рассмотрим методы оценки организационной культуры Р. Холла, Г. Хофстеда, К. Камерона и Р. Куинна.

Идеографический метод Р. Холла предполагает оценку трех параметров организационной культуры: артефакты и этикет (**A**), поведение и действия (**B**), мораль, убеждения, ценности (**C**). Параметр **A** (поверхностный уровень) показывает конкретные видимые элементы культуры организации,

В (глубинный уровень) — устойчивые образцы и стереотипы поведения, **С** (ядро) — ценностные суждения (рис. 1).

Последовательный сбор информации по каждому параметру формирует общее

представление не только о ключевых тенденциях развития культуры организации, но и о других элементах внутренней среды, обеспечивающих бизнес-процессы.



Рис. 1. Параметры оценки организационной культуры вуза по методу Р. Холла

Оценка организационной культуры методом Г. Хофстеда проводится посредством анкетирования. Анкета включает вопросы о стиле руководства, карьерном росте, эмоциональном состоянии работника, условиях труда, взаимоотношениях в коллективе.

Ответы респондентов идентифицируются по четырем индексам:

- дистанция власти;
- преодоление неопределенности;
- индивидуализм / коллективизм;
- мужественность / женственность.

Метод построения профиля организационной культуры, предложенный К. Камероном и Р. Куинном (метод *OCAI*, *Organizational Culture Assessment Instrument*), позволяет не только определить существующий тип организационной культуры, но и идентифицировать желаемый. Шкалированный вопросник состоит из двух разделов: «Сейчас» и «Предпочтительно». В каждом разделе шесть ключевых измерений:

важнейшие характеристики, стиль лидерства, управление работниками, связующая сущность, стратегические цели и критерии успеха. Каждое измерение предполагает четыре альтернативы, которые соответствуют типам организационной культуры: **А** — клановой, **В** — адхократической, **С** — рыночной, **Д** — иерархической. Распределение между альтернативами осуществляется по 100-балльной оценке.

Важный этап в исследовании организационной культуры университета — изучение мнения студенческого состава, поскольку, с одной стороны, студенты могут оценить качество образовательных услуг (в этом случае организационная культура рассматривается в качестве производной, оказывающей влияние на их удовлетворенность), с другой стороны, организационная культура, аккумулируя ценностные установки, влияет на поведение студентов, что свидетельствует о студенчестве как главном носителе, индикаторе культуры.

Нами проведено исследование студенческой субкультуры Национального Исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва. При анкетировании более 740 респондентов соблюдался принцип равнозначности: с каждого факультета и института взято одинаковое количество анкет. Такой принцип удобен для сопоставления, т. е. сравнительного анализа результатов.

Исследование поверхностного уровня организационной культуры вуза показало наибольшее развитие системы коммуникаций, наименьшее — системы поощрения и наказания (рис. 2).

Исследование традиций вуза свидетельствует о необходимости развития этого объективного элемента организационной культуры, поскольку студенты ряда факультетов и институтов считают, что не все традиции способствуют укреплению корпоративного духа.



Рис. 2. Репрезентация исследования поверхностного уровня организационной культуры вуза

Результаты исследования свидетельствуют о достаточной удовлетворенности респондентов, за исключением студентов факультета математики и информационных технологий, внеаудиторными мероприятиями вуза. Однако студенты Аграрного института и Института национальной культуры ожидают дальнейшего совершенствования системы внеаудиторного развития личности. С позиции студентов архитектурно-строительного и географического факультетов, следует провести оптимизацию портфеля мероприятий.

Наблюдается полярность мнений относительно формирования корпоративного стиля. На факультете математики и информационных технологий, архитектурно-строительном факультете, в Институте электроники и светотехники процесс его формирования не завершен. Факультет биологии и биотехнологии, юридический и филологический факультеты имеют сильный корпоративный бренд.

Отношение студентов к системе мотивации в вузе свидетельствует о возможности повышения эффективности способов поощрения и наказания.

Чтобы определить глубинный уровень организационной культуры (параметр В), апробировался метод К. Камерона и Р. Куинна. По мнению большинства студентов, МГУ им. Н. П. Огарёва свойственна клановая культура. Следовательно, университет представляется студентам большой семьей, члены которой имеют много общего. Сплоченность и благоприятный моральный климат обуславливаются преданностью, высокой обязательностью, взаимным доверием и желанием прийти к консенсусу.

Вместе с тем студентам филологического и архитектурно-строительного факультета представляется адхократический тип организационной культуры. Это значит, что учеба в вузе дает динамичный и творческий импульс, суть которого состоит в преданности экспериментированию и новаторству. Поощряется личная инициатива и свобода.

По мнению студентов юридического факультета и Института национальной культуры, в вузе преобладает рыночная культура, главная особенность которой — ориентированность на результат и выполнение поставленной задачи; характерные черты — целеустремленность и соперничество студентов, требовательность лидеров. Связующим организационным звеном является стремление побеждать.

Студенты Института электроники и светотехники, Историко-социологического института, а также Института механики и энергетики полагают, что вузу свойственен

иерархический тип культуры с характерной формализованностью и структурированностью.

Анализ организационных профилей показал, что большинство студентов (за исключением студентов филологического и юридического факультетов, Института электроники и светотехники и Института механики и энергетики) устраивает тип организационной культуры, который сложился в вузе, по их мнению, о чем свидетельствует рисунок 3, а именно: разрывы значений показателей для разрезов «Сейчас» и «Предпочтительно» незначительные.

Общая тенденция: желание студентов снизить формализованность и структурированность — влияние иерархического типа, — сохраняя и увеличивая влияние адхократического типа (личную инициативу и свободу).

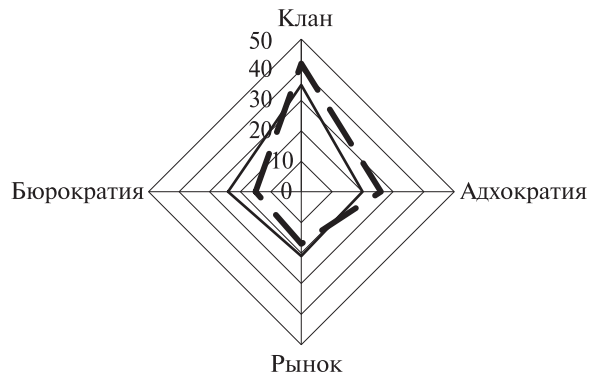


Рис. 3. Организационные профили вуза:

— — существующая культура; - - - — желаемая культура

Оценка ядра организационной культуры методом Г. Хофстеда (параметр С) показала низкий уровень индекса «дистанция власти» (ИДВ = 34,3) в МГУ им. Н. П. Огарёва, что свидетельствует о наличии коллегиальной культуры, которая характеризуется демократическим стилем управления (табл. 2).

Таблица 2

Результаты анализа организационной культуры вуза методом Г. Хофстеда

Индекс	Дистанция власти (ИДВ)	Преодоление неопределенности (ИСИН)	Индивидуализм / коллективизм (ИИК)	Мужественность / женственность (ИМЖ)
Показатель (в целом по вузу)	34,3 (н)	66,9 (в)	61,8 (ср)	44,6 (ср)

Примечание: н — низкий показатель, ср — средний показатель, в — высокий показатель.

Коллегиальная культура наиболее характерна для Историко-социологического института МГУ им. Н. П. Огарёва (ИДВ = 20,8).

Высокий уровень индекса «преодоление неопределенности» (ИСИН = 66,9) обусловлен довольно низкой мотивацией к достижению целей в студенческой среде, сопротивляемостью изменениям, слабой степенью готовности к риску.

Практически все респонденты полагают, что вузу свойственна коллективистская (цеховая) организационная культура. Значит, предпочтение отдается отношению к ботникам как членам группы, внимание подсознательно акцентируется на личностных взаимоотношениях.

Однако, по мнению студентов Аграрного и Историко-социологического институтов, этому индексу организационной культуры в МГУ им. Н. П. Огарёва более соответствуют черты индивидуалистические (профессиональные) (ИИК = 47,5).

По показателю индекса «Мужественность / женственность» университет занимает срединное положение. Там, где доминирует «мужская» культура, ценностный базис строится на стремлении быть лучшим, независимым, на уважении к тем, кто добился успеха. На факультете иностранного языка и юридическом, где фокус внимания сосредоточен на системе отношений, преобладает «женская» культура.

Общий профиль организационной культуры МГУ им. Н. П. Огарёва представлен в таблице 3. В целях совершенствования студенческой субкультуры предлагаем внедрение программы личностно-профессионального развития. Аккумуляция

компетенций образовательной среды и бизнес-сообщества через формирование человеческого потенциала должно повысить конкурентоспособность и способствовать карьерному продвижению выпускников вуза на рынке труда.

Таблица 3

Развитие организационной культуры вуза. Мнение студентов

Параметр организационной культуры	Уровень развития		
	Низкий	Средний	Высокий
Объективные элементы			
Миссия			
Традиции			
Внеаудиторное развитие личности			
Корпоративный стиль			
Условия труда			
Система поощрения и наказания			
Event-система			
Система коммуникаций			
Организационная структура			
Субъективные элементы			
Готовность к риску			
Боязнь неуспеха			
Сплоченность			
Ориентация на равенство			
Развитие человеческих ресурсов			
Взаимная поддержка			
Предпринимательство и творчество			
Конкуренция			
Личная инициатива			

Базовые задачи программы: создание условий для эффективного личностно-профессионального развития, формирование конкурентоспособного портфеля компетенций, построение единой системы взаимообмена опытом. Рассматривая целесообразность реализации программы сквозь призму выгоды конкретных стейкхолдеров за счет укрепления

связей с работодателями, повышения уровня спроса на дополнительные образовательные услуги, имиджевой составляющей, следует отметить прямое влияние программы и на конкурентоспособность вуза.

Таким образом, использование разных методологических подходов к исследованию организационной культуры вуза

позволило получить объективную статистику представлений студенчества о ключевых ценностно-культурных ориентирах и идентифицировать сложившуюся культуру по организационным профилям. Использование результатов нашего исследования как основы для разработки мероприятий по совершенствованию и дальнейшему развитию организационной культуры в вузе, на наш взгляд, представляется стратегическим преимуществом и обеспечивает качество всех организационных процессов, а следовательно, и уровень конкурентоспособности образовательных услуг.

Литература

1. **Shein E. H.** *Organizational Culture and Leadership: A dynamic view.* San Francisco, CA.: Jossey-Bass Inc., 1985. 352 p.
2. **Спивак В. А.** Системный подход к изменениям в организациях // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2014. Т. 6 № 2. С. 95—115.
3. **Jaques E.** *The changing Culture of a Factory.* N. Y.: Dryden Press, 1952. 251 p.
4. **Томилов В. В.** *Культура предпринимательства.* СПб.: Питер, 2000. 368 с.
5. **Deal T., Kennedy A.** *Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life.* Boston, MA.: Addison-Wesley Publishing Co., 1982. 232 p.
6. **Hofstede G.** *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values.* London; Beverly Hills: SAGE Publ., 1980. 168 p.
7. **Сибилева В. Я., Антонов А. П.** Подход к определению термина «организационная культура» // Инновационная наука. 2016. № 6-1. С. 223—230.
8. **Белинская Д. Б.** Управление организационной культурой предприятия // Экономика и предпринимательство. 2017. № 3-2. С. 908—913.
9. **Соломанидина Т. О.** Система управления по ценностям: вопросы разработки и внедрения // Управление корпоративной культурой. 2014. № 3. С. 162—172.
10. **Cameron K., Quinn P.** *Diagnosing and Changing Organizational Culture.* N. Y.; Boston: Addison-Wesley Publishing Co., 1999. 320 p.
11. **Холл Р. Х.** Организация: структура, процессы, результаты. СПб.: Питер, 2001. 509 с.
12. **Стеклова О. Е.** *Организационная культура: учеб. пособ.* Ульяновск: УлГТУ, 2007. 127 с.
13. **Лебедева Н. Ю., Широкина Е. М.** Методологические вопросы изучения организационной культуры // Фундаментальные исследования. 2012. № 9. С. 729—733.
14. **Erastova A. V.** The Influence of the Ethnic Culture Specifics on the Organizational Culture of the Industrial Enterprise // *European Research Studies.* 2016. Vol. XIX, Special Issue 3A. P. 3—18.
15. **Резник С. Д., Черниковская М. В.** *Организационная культура российского студенчества в условиях изменений социально-экономической среды: монография.* М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. 176 с.
16. **Яблонскене Н. Л.** Корпоративная культура современного университета // *Университетское управление: практика и анализ.* 2006. № 2. С. 7—25.
17. **Организационная культура российских университетов: ожидания и реалии / О. Б. Томилин, И. М. Фадеева, О. О. Томилин, А. К. Ключев // Высшее образование в России.** 2018. Т. 27 № 1. С. 96—107.
18. **Барановский А. И.** К вопросу о ценностях организационной культуры вуза // *Инновационное образование и экономика.* 2015. Т. 1 № 19. С. 14—17.
19. **Гуськова Н. Д., Чаплюкова О. Б.** Влияние организационной культуры на конкурентные преимущества студенчества // *Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика.* 2017. № 3. С. 49—53.
20. **Гуськова Н. Д., Чаплюкова О. Б.** *Организационная культура в системе инновационного потенциала вуза // Экономические и социально-гуманитарные исследования.* 2017. № 1 (13). С. 3—8. <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2017-1-3-8>
21. **Родина В. Н., Самойлова Я. В., Абзалимов Р. Р.** *Организационная культура вуза: результаты социологического исследования // Современные проблемы науки и образования: электрон. журн.* 2015. № 2-2. URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=22441> (дата обращения 13.08.2018).

Поступила 07.11.2018

Гуськова Надежда Дмитриевна — доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, заведующая кафедрой менеджмента ФГБОУ ВО «МГУ им. Н. П. Огарёва» (Россия, 430005, г. Саранск, ул. Большевикская, 68), menegment310@yandex.ru

Ерастова Александра Валерьевна — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента ФГБОУ ВО «МГУ им. Н. П. Огарёва» (Россия, 430005, г. Саранск, ул. Большевикская, 68), av-erastova@rambler.ru

References

1. Schein, Edgar H. *Organizational Culture and Leadership: a Dynamic View.* Jossey-Bass, 1985. 352 p.
2. Spivak V. A. *Sistemnyi podkhod k izmeneniyam v organizatsiyakh (The Systematic Approach to Changes in Organizations), Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. S. Pushkina,* 2014, T. 6 No. 2, pp. 95—115.
3. Jaques, Elliott. *The Changing Culture of a Factory.* Dryden Press, 1952. 251 p.
4. Tomilov V. V. *Kul'tura predprinimatel'stva (Culture of Entrepreneurship),* SPb., Piter, 2000, 368 p.
5. Deal, T. E., and A. A. Kennedy. *Corporate Cultures: the Rites and Rituals of Corporate Life.* Addison-Wesley Publishing Company, 1982. 232 p.

6. Hofstede, Geert. *Cultures Consequences International Differences in Work-Related Values*. Sage Publications, 1980. 168 p.
7. Sibileva V. Ya., Antonov A. P. Podkhod k opredeleniyu termina "organizatsionnaya kul'tura" (Approach to "Organizational Culture" Term Definition), *Innovatsionnaya nauka*, 2016, No. 6-1, pp. 223—230.
8. Belinskaya D. B. Upravlenie organizatsionnoi kul'turoi predpriyatiya (Management of "Organizational Culture" of the Enterprise), *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, 2017, No. 3-2, pp. 908—913.
9. Solomanidina T. O. Sistema upravleniya po tsennostyam: voprosy razrabotki i vnedreniya (System of Management by Values: Development and Implementation Questions), *Upravlenie korporativnoi kul'turoi*, 2014, No. 3, pp. 162—172.
10. Cameron, K. S., and P. Quinn. *Diagnosing and Changing Organizational Culture*. Addison-Wesley Publishing Co., 1999. 320 p.
11. Khol R. Kh. (Hall Richard H.) Organizatsiya: struktura, protsessy, rezul'taty (Organizations: Structures, Processes and Outcomes), SPb., Piter, 2001, 509 p.
12. Steklova O. E. Organizatsionnaya kul'tura: ucheb. posob. (Organizational Culture: Manual), Ul'yanovsk, UlGTU, 2007, 127 p.
13. Lebedeva N. Yu., Shironina E. M. Metodologicheskie voprosy izucheniya organizatsionnoi kul'tury (Methodology Difficulties of Organizational Culture Study), *Fundamental'nye issledovaniya*, 2012, No. 9, pp. 729—733.
14. Erastova A. V. The Influence of the Ethnic Culture Specifics on the Organizational Culture of the Industrial Enterprise. *European Research Studies*, Volume XIX, Special Issue 3, Part A, 2016. pp. 3—18.
15. Reznik S. D., Chernikovskaya M. V. Organizatsionnaya kul'tura rossiiskogo studenchestva v usloviyakh izmenenii sotsial'no-ekonomicheskoi sredy (Russian Student Community's Organizational Culture under the Conditions of Socio-Economic Environment Changes), monografiya, M., NITs INFRA-M, 2015, 176 p.
16. Yablonskaya N. L. Korporativnaya kul'tura sovremennogo universiteta (Corporate Culture of the Modern University), *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, 2006, No. 2, pp. 7—25.
17. Tomilin O. B., Fadeeva I. M., Tomilin O. O., Klyuev A. K. Organizatsionnaya kul'tura rossiiskikh universitetov: ozhidaniya i realii (Organizational Culture of Russian Universities: Expectations and Realities), *Vysshnee obrazovanie v Rossii*, 2018, T. 27 No. 1, pp. 96—107.
18. Baranovskii A. I. K voprosu o tsnnostyakh organizatsionnoi kul'tury vuza (By the Question of the Value of Innovation Culture UNIVERSITY), *Innovatsionnoe obrazovanie i ekonomika*, 2015, T. 1 No. 19, pp. 14—17.
19. Gus'kova N. D., Chaplyukova O. B. Vliyaniye organizatsionnoi kul'tury na konkurentnye preimushchestva studenchestva (Influence of Organizational Culture on Students' Competitive Advantages), *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Sotsiologiya. Ekonomika. Politika*, 2017, No. 3, pp. 49—53.
20. Gus'kova N. D., Chaplyukova O. B. Organizatsionnaya kul'tura v sisteme innovatsionnogo potentsiala vuza (Organizational Culture in the System of University's Innovative Potential), *Ekonomicheskoe i sotsial'no-gumantarnye issledovaniya*, 2017, No. 1 (13), pp. 3—8. <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2017-1-3-8>
21. Rodina, V. N., et al. "Organizatsionnaya kul'tura vuza: rezul'taty sotsiologicheskogo issledovaniya" (Organizational Culture of a University: Social Research Results). *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya*, no. 2-2, 2015, science-education.ru/ru/article/view?id=22441 (accessed: 13.08.2018).

Submitted 07.11.2018

Gus'kova Nadezda D., Doctor of Economics, Professor, Honored Scientist of the Russian Federation, Head of Management Department, National Research Mordovia State University (68, Bolshevistskaya st., Saransk, 430005, Russia), menegment310@yandex.ru

Erastova Alexandra V., Cand. Sci. (Economics), Associate Professor, associate professor of Management Department, National Research Mordovia State University (68, Bolshevistskaya st., Saransk, 430005, Russia), av-erastova@rambler.ru