

**Формирование и управление организационной культурой регионального
вуза**

Евсеева Ольга Викторовна

Студент

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,

Институт экономики и менеджмента, Пенза, Россия

E-mail: e.olenka.14.91@mail.ru

Проблема формирования и поддержания «здоровой» организационной культуры в организации и ее подразделениях волнует умы ученых и руководителей в течение нескольких последних десятилетий.

Так, М. Армстронг определяет организационную культуру как совокупность убеждений, отношений, норм поведения и ценностей, общих для всех сотрудников данной организации. Они не всегда могут быть четко выражены, но при отсутствии прямых инструкций определяют способ действий и взаимодействий людей и в значительной мере влияют на ход выполнения работы. Э. Браун характеризует организационную культуру как набор убеждений, ценностей и усвоенных способов решения реальных проблем, сформировавшийся за время жизни организации и имеющий тенденцию проявления в различных материальных формах и в поведении членов организации. Эдгар Шейн добавляет к характеристикам организационной культуры способность адаптировать организацию к внешней среде и внутренней интеграции, так как формирует правильный образ восприятия, мышления и отношения к конкретным проблемам сотрудников организации. Г. Хофшted внес в организационную культуру некий психологический актив, который может быть использован для прогнозирования результатов деятельности фирмы.

Отечественные ученые О.С. Виханский и А.И. Наумов определяют организационную культуру как набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий. Эти ценностные ориентации передаются индивидам через «символические» средства духовного и материального внутриорганизационного окружения [1].

Хиггинс-МакАллистер под корпоративной культурой понимает, набор разделяемых ценностей, норм и практик, отличающий одну организацию от другой [3].

Основные элементы организационной культуры можно представить в виде рис. 1. Миссия является обобщающей идеей, на которую равняются все структурные составляющие организационной культуры. Она формулирует главное предназначение организации в обществе, раскрывает смысл функционирования организации [2].

Организационную культуру формируют такие факторы внешней и внутренней среды как история создания, ценности лидеров организации, общественные ценности, региональные ценности, профессиональные ценности, ценности «героев времени», личные ценности и др.

В условиях рыночной экономики успешность региональных высших учебных заведений все больше зависит от способности точно диагностировать запрос на обучение

и оперативно предлагать потребителям новые образовательные программы, соответствующие их интересам. Однако проблема многих вузов не только в структурной и организационной готовности вузов к переходу на новые условия деятельности, но и в сложившейся организационной культуре.

Высшее учебное заведение как любая социально-экономическая организация действует на основе системы отношений, норм, убеждений, ценностей и символов, определяющих его внутреннюю среду и способы взаимодействия с внешней средой. На деятельность вуза сильнейшее влияние оказывают такие факторы, как: уровень инфляции в стране, ужесточения государственного контроля, финансирование научных исследований, законодательство по технологиям, демографическая ситуация, структура доходов и расходов населения.

Проведенное исследование организационной культуры вуза подразумевало использование комплекса методов (анкетный опрос, метод PEST-анализ, SWOT-анализ, анализ конкурентной среды Портера, метод OSAI), позволивших проанализировать внутреннюю среду организации и определить тип организационной культуры, а также выявить факторы внешней среды, оказывающие влияние на формирование организационной культуры вуза.

Результаты исследований показали, что предпочтительной моделью организационной культуры для Пензенских вузов респонденты считают адхократическую культуру, т.е. динамичное, предпринимательское и творческое место работы. В организациях с адхократической организационной культурой работники готовы на личные жертвы и риск ради общего успеха. Руководители должны быть новаторами и людьми, готовыми рисковать. Связующей сущностью организации становится преданность экспериментированию и новаторству. В долгосрочной перспективе организация делает акцент на росте и обретении новых ресурсов. Успех означает предоставление уникальных и новых услуг. Важно быть лидером на рынке образовательных услуг. Руководство организации поощряет личную инициативу, творчество и свободу.

Таким образом, результаты исследований позволяют сделать следующие выводы:

- в университете преобладает бюрократический или иерархический тип организационной культуры, что характерно для многих региональных вузов;
- предпочтительным типом организационной культуры является адхократия;
- как доминирующий, так и предпочтительный тип организационной культуры имеет уклон в сторону рынка, что соответствует современным социально-экономическим условиям.

Литература

1. 1. Виханский О. С., Наумов А. Н. Менеджмент. – М.: Экономист, 2011.-С. 420
2. 2. Сазыкина О.А., Кошев А.Н.Организационная культура регионального вуза: особенности и возможности // Известия Пензенского государственного педагогического университета им.
3. 3. В.Г. Белинского. Общественные науки. – 2012. - №28. – С. 522-527
4. Филиппова Н. Инструмент развития или красивый термин? // Связьинвест 2010. № 8. С. 3

Иллюстрации

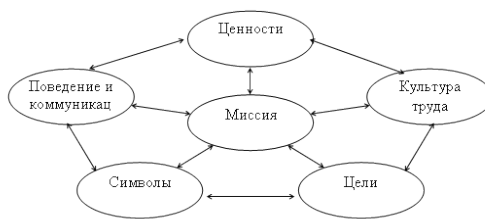


Рис. 1: Основные элементы организационной культуры