

региональных рынках для создания конкурентоспособных товаров на основе технологических инноваций; необходимо проводить анализ инновационного спроса и предложения не только на региональном рынке, но также и за его пределами;

- подготовка предложений по формированию инновационной среды региона для органов разного уровня по совершенствованию действующего механизма государственной поддержки и по привлечению предприятий и местных органов власти к мотивированному производству продуктовых инноваций и повышения конкурентоспособности традиционных товаров с помощью инноваций;
- адаптация научно-технического комплекса к условиям рыночной экономики;
- поддержка научных исследований, разработок в приоритетных направлениях науки и технологий;
- укрепление научно-исследовательского сектора высшей школы.

При реализации концепции важным является оптимальное сочетание форм и методов государственного регулирования с использованием рыночных рычагов и стимулов развития научной, научно-технической и инновационной деятельности при реализации приоритетных направлений развития науки и технологий.

Реализация региональной инновационной политики, учитывающей возможности и интересы всех субъектов научной и инновационной деятельности, экономические, социальные и политические особенности, будет способствовать эффективному переустройству и интенсивному развитию региональной экономики. В то же время формирование концепции инновационного развития региона, способной задействовать институты и технологии инновационного роста, является важным этапом на пути к созданию национальной инновационной системы.

УДК 005.33

ОЦЕНКА УРОВНЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В МАЛОЙ ГРУППЕ

И.Д. Литвинко

*УО «Гомельский государственный университет
им. Сухого», г. Гомель, Беларусь*

В связи с повышением роли образования, сегодня во всем мире много внимания уделяют «качественному обучению». Но построение эффективной формы обучения не возможно без формирования сильной организационной культуры ВУЗов. Если задать такой вопрос: «Почему престижные ВУЗы является таковым с точки зрения культуры обучения?», то здесь можно прийти к выводу о том, что кроме стратегии использования инновационных структур, высококвалифицированных сотрудников процветающие ВУЗы располагают сильной культурой, особым стилем, четко выработанным имиджем и учебным духом.

Целью данной работы является оценка роли организационной культуры ВУЗа и разработка методики ее оценки. Из данной цели вытекают следующие задачи: 1) проанализировать подходы к определению Организационной культуры; 2) рассмотреть различные точки зрения на понятие «Организационная культура»; 3) сформировать схему элементов организационной культуры; 4) разработать методику оценки организационной культуры; 5) оценить организационную культуру студенческих групп специальности «Менеджмент»; 6) сформировать предложения по совершенствованию Организационной культуры.

В современной литературе существует довольно много определений понятия организационная культура. Как и многие другие понятия организационно-управленческих дисциплин, концепция организационной культуры не имеет универсального определения. Возможны лишь разнообразные функциональные

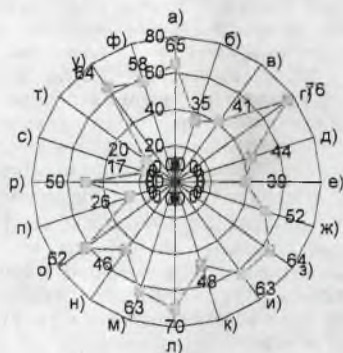
описания культурной области, которые всякий раз формулируются в зависимости от конкретных целей исследования, но целостного - сущностного - определения культуры, получившего общепризнанное распространение, нет.

В соответствии с моей целью исследования - разработка методики оценки организационной культуры ВУЗа для меня более близки следующие определения:

Э. Джакус (1952 г.): "Культура предприятия - это вошедший в привычку, ставший традицией образ мышления и способ действия, который в большей или меньшей степени разделяют все работники предприятия и который должен быть усвоен и хотя бы частично принят новичками, чтобы новые члены коллектива стали "своими".

Д. Элдридж и А. Кромби (1974 г.): "Под культурой организации следует понимать уникальную совокупность норм, ценностей, убеждений, образцов поведения и т.п., которые определяют способ объединения групп и отдельных личностей в организацию для достижения поставленных перед ней целей".

Оценка организационной культуры ВУЗа проводилась с помощью метода анкетирования. Опрошены студенты очной формы обучения ГГТУ им. П.О.Сухого специальности «Менеджмент» (9 групп). В ходе исследования были выделены следующие элементы организационной культуры, которые представлены на следующей диаграмме.



а) отношения в малой группе (65); б) отношение к большой группе (35); в) отношение преподавателей ВУЗа к студентам (41); г) отношение преподавателей ВУЗа к студенту (76); д) отношение студентов к деканату (44); е) отношение студентов к учебе (39); ж) отношение студентов к будущей специальности (52); з) отношение студентов к мнению других (64); и) отношение к закону (63); к) отношение к богатству (48); л) отношение к справедливости (70); м) отношение к свободе (63); н) отношение к труду (46); о) индивидуализм (62); п) коллективизм (26); р) легенды (50); с) традиции, обычаи, ритуалы, обряды (17); т) символы (20); у) этикет (64); ф) отношение к инновациям (58).

Рисунок - Предполагаемая схема направлений оценки организационной культуры специальности «Менеджмент», пример оценки организационной культуры

Выводы.

Наиболее развитые элементами ОК ($\geq 50\%$) в таблице выделены.

ОК специальности «Менеджмент» можно назвать умеренно сильной, т.к. 55% элементов ОК развиты на 50 и более %, а также имеют место представления о ценностях (Отношения в малой группе, отношение преподавателей ВУЗа к студенту, отношение студентов к будущей специальности, отношение к мнению других, отношение к закону, отношение к справедливости, отношение к свободе); студенты знают легенды о ВУЗе и о его сотрудниках, знают о правилах поведения в ВУЗе; положительно относятся к инновациям, что способствует дальнейшей работе по повышению уровня ОК в данной группе.

Отрицательными моментами в данном случае являются следующие: 1) в студенческих группах практически отсутствуют традиции, обряды, ритуалы, традиции; 2) также отсутствует положительное отношение к труду, учебе.

Изучив ОК каждой из групп, можно сделать вывод, что наименее благоприятными являются отношения в группах 3-го курса. Также наблюдается тенденция: с возрастанием курса положительное отношение к большой группе снижается; отношение студентов к деканату практически не меняется; чем старше студент, тем менее интерес к учебе; индивидуализм преобладает над коллективизмом. Когда студент приходит в группу, он пытается сблизиться со своими одногруппниками, но все таки индивидуализм достигает своего наибольшего развития. На втором курсе группа становится более сплоченной и коллективизм достигает своего максимума. К третьему курсу в группах наступает «кризис», т.е. индивидуальные и коллективные позиции студентов максимально сближаются. После 3-го курса наблюдается тенденция уменьшения коллективизма и увеличения индивидуализма. Знание студентов о символике ВУЗа снижается, что требует большой работы по совершенствованию. Также на примерно одинаково низком уровне находятся традиции, обычаи, ритуалы, обряды. Больше всего о легендах и этикете знают студенты 3-го курса.

Мероприятия для решения задачи формирования организационной культуры.

1. В связи с низким развитием таких элементов организационной культуры, как легенды, традиции, обряды, обычаи, ритуалы необходимо больше обращать руководству ВУЗа внимание на организацию встреч в неформальной обстановке, на которых обсуждались бы, например, история развития данного заведения, представлялись бы преподаватели, успешные выпускники, которые достигли больших успехов в научной деятельности и др.

2. Значение такого элемента организационной культуры как символика невысоко, значит необходимо сформировать больше информационных стендов и площадок.

3. Больше использовать инновационные методы обучения: круглые столы, познавательные беседы, выдача информации на электронных носителях, тестирование.

Создание системы сбора и реализации предложений и просьб студентов ВУЗа (порядок, сроки, соответствующие распоряжения).