



DOI 10.5862/JHSS.227.21
УДК 378:008

Н.Д. Гуськова, М.В. Пакшина

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВОСПРИЯТИЯ ПАРАМЕТРОВ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ВУЗА РОССИЙСКИМИ И ИНОСТРАННЫМИ СТУДЕНТАМИ

Формирование организационной культуры во многом определяется национально-культурными особенностями. Их изучение свидетельствует о существенных различиях в восприятии параметров организационной культуры. Основные культурные различия проявляются также в вопросах коллективизма и индивидуализма, в отношении к неопределенности, дистанции власти и др. Непротиворечивость организационных ценностей свидетельствует о высоком уровне организационной культуры. Наиболее желаемым ее состоянием является совпадение корпоративных ценностей и ценностей индивида. В статье предпринята попытка исследования поверхностного организационного и внутреннего уровня организационной культуры вуза. Проведен сравнительный анализ восприятия параметров организационной культуры Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва российскими и иностранными студентами и определены направления ее развития. В процессе исследования были использованы методы анкетирования российских и иностранных студентов, методика Хофстеде, проведен сравнительный анализ результатов опроса. Установлено, что формирование организационной культуры происходит под влиянием национальной, которая, в свою очередь, развивается под воздействием организационных культур. Выявлена четкая тенденция к индивидуализму среди российских студентов, иностранные студенты более склонны к коллективизму. Показатели «Избегание неопределенности», «Дистанция власти» и «Мужественность/женственность» находятся на среднем уровне. Проведенный анализ свидетельствует о том, что организационная культура в студенческой среде МГУ им. Н.П. Огарёва находится на среднем уровне.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА; ВУЗ; НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ; ТРАДИЦИИ; ЦЕННОСТИ; МЕТОДЫ; ИНСТРУМЕНТЫ.

В настоящее время организационная культура пронизывает все виды деятельности и все взаимоотношения внутри фирмы, делая ее коллектив сплоченным и эффективным. Она формирует внешний образ организации, ее имидж и репутацию, определяет характер взаимодействия с клиентами и партнерами. Организационная культура способствует концентрации усилий на приоритетных стратегических направлениях, определяемых в соответствии с основным предназначением компании – ее миссией. Сильная организационная культура способна создать то «социально-экономическое поле», которое обеспечит конкурентные преимущества, высокую эффективность, успешность организации и приверженность ей сотрудников.

Значимость изучения организационной культуры высших учебных заведений обусловлена ее влиянием на нормы поведения и ценности людей, оказывающих влияние на формирование и развитие организационной культуры как в самих вузах, так и в организациях других сфер деятельности.

Следует отметить, что отечественные ученые сравнительно недавно занялись разработкой концепции организационной культуры высшего учебного заведения, выделением и исследованием ее уровней и элементов, изучением технологии ее использования в управлении вузом. Несмотря на достаточную разработанность этих проблем в сфере производства, бизнеса, предпринимательства, невозможно перенести существующие модели и концепции

оржкультуры на систему образования в силу несовпадения структуры вузов и других сфер деятельности организаций, учитывая широкие функции университетов, их ярко выраженную социальную направленность и огромное влияние на развитие современного общества. Необходимо отметить, что вопрос влияния национально-культурных особенностей на развитие организационной культуры университетов также слабо изучен в отечественной литературе.

Параметры, определяющие различия в национальных культурах и оказывающие влияние на поведение индивида. Человечество характеризуется множеством разных национальностей, этнических групп, стремлений, ценностей, религиозных, географических и других отличительных черт. И окружающий мир оно воспринимает через наши различия – через определенные краски и оттенки нашей культуры [6, 12]. На поведение индивидов оказывают влияние факторы, которые можно отобразить в виде треугольника (рис. 1).

Под культурой в долгосрочном периоде будем понимать образ жизни и восприятие мира того или иного народа, которые зависят от норм, правил поведения, усвоенных личностью, ценностей и традиций, разделяемых ею. Характер индивида определяется его личностными параметрами (холерик, сангвиник, меланхолик и т. д.). Влияние ситуации на поведение индивида определяется ее комфортностью, дискомфортностью, временем нахождения в этой ситуации, ее стрессовостью и пр. В нашем исследовании мы будем учитывать влияние на поведение людей и развитие организационной культуры только фактора, который находится



Рис. 1. Факторы, влияющие на поведение индивида

на вершине треугольника, а именно культуры [8, с. 36–39; 11, с. 9–28; 14, с. 19–34].

Ценности личности и черты ее характера неизбежно несут на себе отпечаток ценностей и характера, свойственных большинству представителей той или иной национальной культуры [10]. Эти два фактора больше, чем любые другие, отличают одну национальную культуру от другой, так как именно они в первую очередь оказывают влияние как на поведение работников, так и на методы, стиль управления.

Однако, учитывая разную значимость внутренних составляющих этих факторов и их большое количество, что затрудняет использование их для управления поведением глобальной организации, ученые пытаются сформулировать обобщенные критерии различных национальных культур [2, с. 308; 3, с. 12–13; 5, с. 102–152].

Ответ на вопрос об особенностях национальных культур дают различные исследования, среди которых наиболее популярны модели Г. Хофстеде [15], Г. Лэйна и Дж. Дистефано, Оучи (модель организации типа «Z») [1], классификация Льюиса [4].

Г. Хофстеде провел исследования в 40 странах. В результате анализа ученый пришел к выводу, что единственное, чем можно объяснить систематические и стойкие различия в поведении национальных групп работников в рамках одного мультинационального коллектива, так это той национальной средой, в которой выросли люди до того, как они попали в компанию. По разработанной ученым методике все различия были сведены в четыре группы [15]:

1. *Избегание неопределенности* можно считать степенью, с которой люди данной страны оказывают предпочтение структурированным ситуациям. Таковыми являются ситуации с ясными и четкими правилами поведения, которые могут быть формализованы, а могут поддерживаться традициями. В странах с высокой степенью стремления избежать неопределенности люди склонны к проявлению волнения и беспокойства, к лихорадочности в работе, или «авральности».

2. *Мужественность/женственность*. Согласно Хофстеде, сильное мужское начало в национальной культуре означает настойчивость, самоуверенность, доминирование независимости и честолюбие. В то же время сильное



женское начало свидетельствует о склонности людей к взаимозависимости, эмоциональности, состраданию к человеку.

3. *Индивидуализм/коллективизм.* Этот параметр характеризует ориентацию норм и ценностей национальной культуры либо на индивидуальные, либо на групповые интересы. Высокая степень индивидуализма предполагает, что человек в условиях свободных связей в обществе сам заботится о себе и своих близких в семье и несет ответственность за свои действия. В коллективистских обществах людям с детства прививают уважение к группам, к которым они принадлежат, обычно к семье, роду, клану или организации. Члены группы ожидают, что группа защитит их и будет нести за них ответственность, если они попадут в беду [2, с. 308–309].

4. *Дистанция власти.* По данному признаку характеризуется уровень демократизации стиля управления. При этом низкая степень дистанцирования характеризуется относительным равенством в обществе, а высокая – неравенством [9, с. 60].

Кроме того, выделяют еще одну переменную – долгосрочность ориентации (внимание сосредоточено на будущем), которая проявляется в стремлении к сбережению и накоплению, упорстве и настойчивости в достижении целей. Краткосрочная ориентация (на прошлое и настоящее) проявляется в уважении традиций.

С учетом выявленных Хофстеде культурных различий формируются группы стран с близкими по значению показателями. Россию сложно отнести к одной национальной группе по критерию национальных особенностей культуры. Причинами такого рода неоднородности являются: большое количество национальностей, особенности географического положения, большая площадь страны.

По результатам исследований по Хофстеде россияне являются умеренными коллективистами, склонными к работе в структурах с жесткими правилами и подчинением, не любящими рисковать и действовать в условиях неопределенности, считающими отношения между людьми важнее личных успехов и неспособными к долгосрочному планированию.

М.Г. Руднев в работе «Базовые ценности населения: сравнение россиян с жителями других европейских стран» отмечает, что для среднего россиянина характерна более выраженная

потребность в защите со стороны сильного государства; слабее выражены ценности новизны, творчества, свободы и самостоятельности; менее свойственны склонность к риску, стремление к веселью и удовольствию. У него сильнее выражено стремление к богатству и власти, личному успеху и социальному признанию. Ориентация на личное самоутверждение оставляет в сознании человека меньше места для заботы о равенстве и справедливости в стране и мире, а также о тех, кто его непосредственно окружает [Там же. С. 29].

Различия между индивидуальными представителями разных культур бывают меньшими, чем между представителями одной культуры. Их объединяют убеждения или характер. Личностные качества и идеология позволяют объединить представителей разного культурного происхождения.

Убеждения и ценности необязательно ограничиваются национально-культурным происхождением [10]. Они редко существуют изолированно и обычно «вплетены в ковер» под названием «идеология». Под идеологией подразумевается систематизированный ряд убеждений и ценностей. Идеология – это взгляд на мир, опирающийся на систему целей и средств. Где яснее определены цели и средства, там мы видим более идеологизированную систему убеждений; где они расплывчаты, там система убеждений менее идеологизирована.

Разумеется, между культурами есть системные различия, но они существуют и внутри культур. Даже при работе в одной стране можно наблюдать различия в социальном положении, образовании, вероисповедании, политических взглядах, этнической принадлежности, внешности и одаренности людей. Люди отличаются друг от друга и личностными параметрами, поэтому каждый индивид неповторим.

Национальная культура определяет основные небиологические различия между людьми. Но если сконцентрировать свое внимание только на этом, то это окажется далеко не лучшим способом понимания межнациональных различий. Особенности идеологии и личностных качеств обычно более четко определяют структуру небольшой рабочей группы, чем их общая национальная культура.

По мнению Р.Д. Льюиса [4], представители нескольких сотен национальных и региональ-

ных культур мира могут быть условно разделены на три группы:

- 1) моноактивные, ориентированные на задачу, четко планирующие свою деятельность;
- 2) полиактивные, ориентированные на людей, словоохотливые и общительные;
- 3) реактивные, интровертные, ориентированные на сохранение уважения.

В компаниях с моноактивной культурой принято систематически планировать будущее в мельчайших подробностях и деталях. Вся работа в организации осуществляется строго по планам и расписанию, проекты разбиваются на этапы. Люди опираются строго на факты, прописывают все процедуры, каждый отдел выполняет установленный круг функций.

Образ жизни полиактивных фирм существенно отличается от моноактивных: планирование в них осуществляется только в общих чертах; работа выполняется в любое время суток; график непредсказуем, есть вероятность наложения проектов друг на друга. Сотрудники могут заниматься делами всех подразделений, используют в работе связи, ищут протекции.

Компании с реактивным типом культуры – это фирмы с так называемым японским подходом. В реактивной культуре деятельность организуется в зависимости от меняющейся обстановки и является реакцией на эти изменения.

Большинство зарубежных компаний представлены моноактивным типом культуры (Германия, США, Норвегия, Дания, Швеция и т. д.). Исходя из того, что Россия относится к полиактивной культуре, наладить отношения со своими иностранными коллегами достаточно сложно. По данным исследователей, русским легче сотрудничать с итальянцами, испанцами, французами, восточными славянами, со всеми теми, кто относится к полиактивной культуре. В общении с народами реактивных культур не должно возникать больших трудностей как у представителей моноактивных, так и полиактивных культур [4, с. 203–205].

Но классификация Р.Д. Льюиса не исчерпывает всей полноты существования индивида. Недостаточно делить культуры на моноактивные, полиактивные и реактивные, когда в разных ситуациях, в разных транснациональных компаниях одни и те же люди могут реализовывать нормы, правила поведения, исповедовать ценности разных культур [10].

В качестве основной проблемы, возникающей при взаимодействии организационной и национальной культур, следует отметить непонимание важности ее учета в деятельности организации. Многие российские организации не уделяют данному фактору никакого внимания, в результате происходят конфликты как в рабочем коллективе, так и в организации в целом.

Очевидно, что помимо интеграции с другими деловыми культурами российская культура должна сохранять самостоятельность и оригинальность. Важно понимать, что, прежде чем что-то развивать и изменять в сложившейся системе, необходимо проанализировать национальные особенности и понять, чем отличается российский менталитет от менталитета тех народов, с которыми мы взаимодействуем и у которых перенимаем опыт. Кроме того, следует различать культуру русских и культуру россиян, включающую свыше 100 национальных культур, с присущими только им особенностями. Несмотря на то что в настоящее время организационная культура в России находится на стадии развития, многие российские менеджеры считают организационную культуру, учитывающую национальные особенности россиян, успешной и продуктивной.

Методы и инструменты, используемые для характеристики организационной культуры.

Для целостного описания организационной культуры используются самые разные методы – интервью, анкетные опросы, анализ документов и исторических данных, полевое наблюдение (наблюдение за непосредственной жизнью организации в течение длительного времени). Технология оценки организационной культуры включает в себя исследование поверхностного, организационного и внутреннего уровней. Первое впечатление, которое складывается в момент знакомства с той или иной организацией, формируется на основе восприятия внешнего вида ее помещений и поведения сотрудников. Дизайн помещений, степень использования фирменного стиля, символики, стиль одежды сотрудников, профессиональный сленг и т. п. – первые видимые проявления организационной культуры для постороннего посетителя.

Изучение поверхностного уровня организационной культуры Мордовского государст-



венного университета им. Н.П. Огарёва целесообразно начать с таких внешних культурных артефактов, как символы вуза. За время работы вуза была разработана и утверждена официальная символика. Главная ее составляющая – фирменный знак университета (логотип). Это стилизованное изображение буквенного сочетания «МГУ» [7]. Логотип известен тысячам людей, специалистам, обучавшимся в Мордовском государственном университете, и студентам – соотечественникам и лицам из ближнего и дальнего зарубежья.

Флаг – атрибут многих университетов в России. В МГУ им. Н.П. Огарёва также разработан макет флага [13].

Официальные символы активно пропагандируются руководством университета. Во всех его корпусах есть стенды, на которых располагается основная информация о вузе и отдельных факультетах: история, миссия, направления развития и т. д. Также на некоторых стендах наглядно отражены результаты деятельности сотрудников и студентов вуза, политика в области качества, система менеджмента качества и др. Часто фирменный знак университета можно увидеть на информационных письмах, программах конференций и семинаров, проводимых в университете и др.

Таким образом, официальная символика, являющаяся видимым, наблюдаемым символом вуза, помогает идентифицировать сотрудников и студентов с университетом. Проведенное исследование позволило установить, что предметы с символикой МГУ им. Н.П. Огарёва имеют только 53 % респондентов. Кружку с символикой университета хотели бы иметь большинство опрошенных – 43 %, блокнот – 28 %, ручку – 19 %, календарь – 7 %. Другое отметили 3 % респондентов (среди вариантов рассматривались футболка, книги, ежедневник).

Поскольку ценности организации декларируются и фиксируются в целевых установках, в документах, определяющих основные принципы ее деятельности, представлялось целесообразным узнать, знакомы ли студенты с миссией университета. На вопрос «Знаете ли Вы миссию университета?» 42 % опрошенных ответили, что знают, 19 % – смутно представляют и 39 % респондентов не знают ее.

Традиции, ритуалы, церемонии являются частью символического блока культуры. Они

отражают сильные, значимые стороны культуры университета и ее важнейшие ориентиры, передают социокультурный опыт и духовные ценности из поколения в поколение. В МГУ им. Н.П. Огарёва сложились определенные традиции, которые стали визитной карточкой университета. Например, фестиваль «Студенческая весна», конкурсы «Лучшая комната общежития», «Мисс университета «Сударушка», а также посвящение студентов в первокурсники, день рождения университета и др. Особое внимание уделяется проведению праздников, участию в посвященных им мероприятиях, имеющих более масштабное значение. Это День Победы, 1 Мая, 1000-летие единения мордовского народа с народами российского государства и др. Также важное значение имеют мероприятия, направленные на поддержание здорового образа жизни студентов и сотрудников университета: спартакиада «Здоровье», «Кросс наций», «Лыжня России» и др. Наиболее важные, по мнению студентов, мероприятия – «Студенческая весна», «Лучшая академическая группа», «Сударушка», «Сокол Ясный», различные форумы, научные конференции. Студенты медицинского университета также отмечают День Гиппократов.

Результаты сравнительного анализа восприятия параметров организационной культуры вуза российскими и зарубежными студентами. Современные процессы глобализации и ускоряющиеся темпы технического развития касаются не только коммерческих и деловых структур, но и образовательных систем. В настоящее время страны – участницы Болонского процесса видят одной из наиважнейших компонент развития высшего образования движение к сопоставимости национальных систем высшего образования для поддержки академической мобильности и совместных образовательных программ, которые, в свою очередь, являются важным инструментом для повышения качества образовательных программ и исследований. На Всемирной конференции по вопросам высшего образования ЮНЕСКО 2009 года отмечалось, что академическая мобильность, и в том числе кросс-границное получение образовательных услуг, является фактором повышения качества и эффективности высшего образования. В этом свете вопросы интеграции отечественных вузов

в международную систему высшего образования весьма актуальны.

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва активно развивает международную сферу деятельности, включая привлечение для обучения иностранных студентов. Ежегодный годовой контингент обучающихся иностранных граждан превышает 800 человек. В настоящее время в МГУ им. Н.П. Огарёва обучаются граждане из более чем 20 стран дальнего и ближнего зарубежья: Бангладеш, Венгрии, Ганы, Египта, Индии, Италии, Йемена, Нигерии, Норвегии, Пакистана, Сирии, Судана, США, Танзании, Финляндии, Франции, ФРГ, Швейцарии, Шри-Ланки, Азербайджана, Армении, Белоруссии, Киргизии, Молдавии, Туркменистана, Узбекистана, с Украины. В связи с этим актуальной задачей для университета является исследование влияния национально-культурных особенностей на его организационную культуру.

Исследование организационной культуры в МГУ им. Н.П. Огарёва, а также определение влияния на нее национально-культурных особенностей проводилось в несколько этапов: на первом этапе осуществлялась подготовка к исследованию, разрабатывались его программа и инструментарий; на втором этапе было проведено поверхностное исследование университета, изучение документов; на третьем – анкетирование студентов и преподавательского состава; на четвертом этапе осуществлялась статистическая обработка первичных данных; на пятом, заключительном, этапе проводились анализ и интерпретация полученных результатов, формировались выводы и подводились итоги исследования.

Объем выборки при анкетировании студентов составил 250 человек; 8 % из них – это студенты из Ирака, Киргизии, Пакистана, Узбекистана, Туркменистана, Йемена, Судана (медицинский институт).

В качестве вопросника использовалась анкета для диагностики организационной культуры среди студентов (1-я часть – исследованы общие составляющие культуры, 2-я часть – проведена по методике Хофстеде).

Анкетирование проводилось среди студентов разных курсов и специальностей по нескольким аспектам развития организационной культуры в студенческой среде. Вопросы

задавались в закрытой и открытой форме для последующего их обобщения и статистической обработки.

В первом блоке анкеты выяснялось знание студентов организационной культуры университета. Так, на вопрос «Что для Вас организационная культура?» почти 40 % респондентов ответили, что это наличие знаков университета (символики), около трети опрошенных считают, что это комплекс традиций и обрядов (рис. 2).

При этом большинство опрошенных студентов (52 %) считают, что студенчество нуждается в организующем и объединяющем управлении организационной культурой, а 28 % придерживаются мнения, что студентам нужен не контроль, а лишь «направляющая рука» (рис. 3).

Что же касается качества образовательного процесса, то, несмотря на создание и развитие различных методик обучения, квалифицированный профессионально-преподавательский состав вуза, следование государственному стандарту высшего профессионального образования, только 46,8 % респондентов полностью удовлетворены качеством образования, 34 % частично удовлетворены, 19,2 % не удовлетворены.



Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «Что для Вас организационная культура?»

При проведении анкетирования среди опрашиваемых студентов наметилась определенная тенденция к индивидуализму. На вопрос «Как Вы предпочитаете выполнять задания?» большинство студентов (72,8 %) ответили, что индивидуально, 27,2 % – в группе. Причем 75 % иностранных студентов медицинского института за выполнение заданий индивидуально, 25 % – в группе. Лишь 12,8 % респондентов постоянно берут инициативу в свои руки, 57,2 % – периодически, 20 % – довольно редко, 10 % – никогда.

Конфликт – особое взаимодействие индивидов, групп, объединений, которое возникает при их несовместимых взглядах, позициях и интересах. Многие воспринимают конфликт как факт человеческого существования. Опрошенные студенты отметили, что наиболее часто в университете встречается конфликт между личностью и группой – 41,6 %, межличностный конфликт отметили 30,8 % респондентов. По мнению студентов, наименее редко встречаются межгрупповые конфликты (рис. 4).

Следует заметить, что 45 % иностранных студентов отметили, что чаще бывают конф-

ликты между личностью и группой, и в то же время 45 % таких студентов считают, что конфликты отсутствуют (т. е. этот показатель почти в 2 раза превышает аналогичный показатель у российских студентов).

Помимо вопросов на знание миссии университета, символики, проводимых в университете мероприятий, студентам также задавались вопросы, направленные на определение степени удовлетворенности интерьером университета (дизайном, комфортностью) и дресс-кодом. В результате анкетирования были получены следующие данные: 50 % респондентов считают, что университету требуются некоторые изменения в интерьере, 26 % отметили привлекательность интерьера, а 24 % считают его непривлекательным. Что же касается дресс-кода, то 56,8 % респондентов против него, 30,4 % считают, что необходима официальная одежда, и 12,8 % выступили за специальную форму. Большинство иностранных студентов (45 %) высказались за специальную форму, 40 % считают, что в форме нет необходимости, 15 % – за официальную форму.

При ответе на вопрос «Чем может гордиться университет?» многие студенты отме-

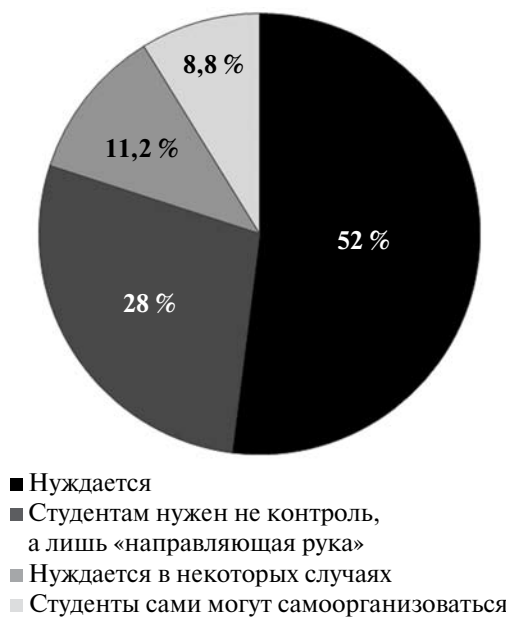


Рис. 3. Распределение ответов опрошенных студентов на вопрос «Нуждается ли студенчество в организующем и объединяющем управлении организационной культурой?»

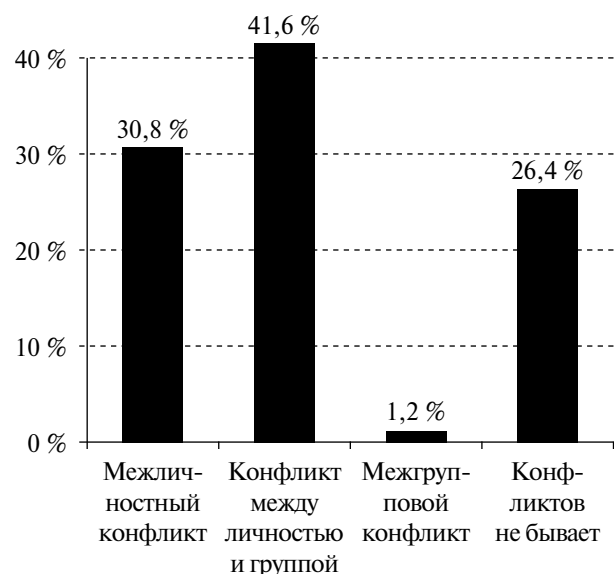


Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос «Какой тип конфликта чаще всего встречается в университете?»

тили статус национально-исследовательского университета. Также в качестве ответов были представлены следующие варианты: новым главным корпусом, активным студенчеством, качеством образования. Отвечая на вопрос «Кем может гордиться университет?», студенты в основном отмечали спортсменов (Е. Лашманову, В. Катунь и др.), ректора университета С.М. Вдовина, а также Н.П. Огарёва, имя которого носит вуз.

Во втором блоке анкеты студентам предстояло ответить на пять групп вопросов, которые характеризуют параметры культуры по Хофстеде. Полученные ответы оценивались по 5-балльной шкале, и по общей сумме баллов делался расчет среднего значения параметра. На основе средней величины по каждому измерению вычислялся свой индекс или показатель: из средней величины вычиталась цифра 3, полученный результат умножался на 25 (или 20 – в случае с измерением «мужественность/женственность»), и к нему прибавлялась цифра 50. Таким образом, индексу придавалось измерение по шкале от 0 до 100 баллов. Вычисление показателя организационной культуры осуществляется по формуле

$$I = (a - 3) \cdot 25 + 50, \quad (1)$$

где I – индекс (показатель) организационной культуры;

a – средний балл по 5-балльной шкале.

По данной формуле были рассчитаны все индексы измерений организационной культуры:

- избегание неопределенности,
- индивидуализм/коллективизм,
- дистанция власти,
- патернализм,
- женственность/мужественность.

Для определения уровня параметра «Избегание неопределенности» в студенческой среде респондентам было предложено выразить свое мнение относительно следующих утверждений:

- студентам необходима детализация по выполняемой работе,
- студентам необходимо точно следовать Уставу университета,
- в процессе учебы важно соблюдать правила и предписания,
- для выполнения заданий необходима стандартизация процедур.

Среднее значение параметра «Избегание неопределенности» (ИН) среди российских студентов МГУ им. Н.П. Огарёва составило 3,25 балла, среди иностранных студентов – 3,74 балла. Расчет индекса данного параметра производился по формуле (1):

$$\begin{aligned} \text{ИН}_{\text{рос.}} &= (3,25 - 3) \cdot 25 + 50 = 56,25 \text{ балла} \\ \text{ИН}_{\text{инстр.}} &= (3,74 - 3) \cdot 25 + 50 = 68,5 \text{ балла} \end{aligned}$$

Полученные результаты свидетельствуют о том, что показатель «Избегание неопределенности» у иностранных студентов, учащихся в МГУ им. Н.П. Огарёва, на 12,25 балла выше, чем у российских, т. е. иностранным студентам более необходима детализация по выполняемой работе, для них более важно соблюдение правил и предписаний, а также следование Уставу университета. Показатель национальной культуры России, полученный в результате исследования А.И. Наумова, составил 68 баллов [4]. Его значение приближено к аналогичному показателю для иностранных студентов и менее для российских, хотя высокое «избегание неопределенности» характерно и для них.

Для определения значения параметра «Коллективизм/индивидуализм» респондентам было предложено выразить свое мнение относительно следующих утверждений:

- для выполнения задания важны благополучие и успех группы,
- студенту важно признание его членами группы,
- в целях успеха группы возможно ущемление индивидуальных интересов,
- интересы группы преобладают над интересами ее членов.

Высокий показатель данного параметра характеризует склонность студентов к коллективизму, общественные цели и благосостояние ставятся выше личных, низкий его показатель означает склонность к индивидуализму, большее значение придается достижению личных целей.

По результатам исследования получены следующие индексы для параметра «Коллективизм/индивидуализм» (КИ) среди иностранных и российских студентов:

$$\begin{aligned} \text{КИ}_{\text{рос.}} &= (2,9 - 3) \cdot 25 + 50 = 47,5 \text{ балла} \\ \text{КИ}_{\text{инстр.}} &= (3,8 - 3) \cdot 25 + 50 = 70 \text{ баллов} \end{aligned}$$



Из полученных результатов следует, что разница между индексами КИ российских и иностранных студентов довольно велика. Несмотря на то что Россия считается страной, склонной к коллективизму, проведенное исследование показало, что в настоящее время это утверждение не отражает реального положения дел. Изменение условий в России привело к тому, что уровень коллективизма имеет тенденцию к снижению. Большинство иностранных студентов ставят интересы группы выше своих. Студенты считают социально менее приемлемым преследовать собственные цели, не заботясь о других. Коллективистские общества более эмоционально зависимы от организации (в нашем случае – университета), которая, в свою очередь, несет ответственность за своих студентов.

Для определения значения параметра «Дистанция власти» респондентам было предложено выразить свое мнение относительно следующих утверждений:

- руководство всегда должно принимать решения без участия сотрудников,
- в управлении университетом необходимо использовать власть и авторитет,
- руководство может игнорировать мнение сотрудников и студентов,
- руководство должно избегать личных контактов с сотрудниками,
- сотрудники должны быть согласны с решением руководства,
- руководство не стремится передавать часть своих обязанностей сотрудникам.

В результате исследования получены следующие индексы для параметра «Дистанция власти» (ДВ):

$$\begin{aligned} \text{ДВ}_{\text{рос.}} &= (2,75 - 3) \cdot 25 + 50 = 43,75 \text{ балла} \\ \text{ДВ}_{\text{инostr.}} &= (3,03 - 3) \cdot 25 + 50 = 52 \text{ балла} \end{aligned}$$

В связи с этим следует отметить, что значение параметра «Дистанция власти», по мнению студентов, находится на среднем уровне, т. е. приветствуется демократический стиль управления. Согласно результатам исследования, проведенного А.И. Наумовым применительно к российским респондентам, величина данного параметра составила 40 баллов.

Следующим параметром, на основе которого осуществлялась диагностика организационной культуры, является «Патернализм/долгосрочная (краткосрочная) ориентация». Для

расчета данного параметра студентам предлагалось изложить свое отношение к следующим утверждениям:

- университет должен оказывать помощь в решении личных проблем,
- университет должен обеспечить медицинское обслуживание.

В результате анкетирования были получены следующие значения параметра «Патернализм» (П):

$$\begin{aligned} \text{П}_{\text{рос.}} &= (3,8 - 3) \cdot 25 + 50 = 70 \text{ баллов} \\ \text{П}_{\text{инostr.}} &= (3,75 - 3) \cdot 25 + 50 = 68,75 \text{ балла} \end{aligned}$$

Значения данных показателей свидетельствуют, что студенты хотят, чтобы их «опекали», особенно в сфере медицинского обслуживания. Большинство студентов (93 %) убеждены в том, что университет должен обеспечить медицинское обслуживание.

Для определения значения параметра «Мужественность/женственность» (МЖ) респондентам было предложено выразить свое мнение относительно следующих утверждений:

- заседания, проводимые мужчинами, более эффективны;
- профессиональная карьера важнее для мужчин;
- у мужчин – логика, у женщин – интуиция;
- мужчина – лучший организатор, чем женщина;
- мужчина-руководитель предпочтительнее, чем женщина-руководитель.

$$\begin{aligned} \text{МЖ}_{\text{рос.}} &= (2,68 - 3) \cdot 20 + 50 = 43,6 \text{ балла} \\ \text{МЖ}_{\text{инostr.}} &= (3,1 - 3) \cdot 20 + 50 = 52 \text{ балла} \end{aligned}$$

По А.И. Наумову, значение данного показателя для России составило 55 баллов [4]. Из полученных данных следует, что значение показателя для параметра «Мужественность/женственность» у иностранных студентов близко к значению показателя, полученному Наумовым. Таким образом, можно говорить о преобладании «мужественности» в культуре. Среди российских студентов прослеживается склонность к «женственности», но это также зависит от отдельных людей, так как мнения по данному вопросу разделились. Наибольший средний балл по 5-балльной шкале был 4,2 балла, а наименьший – 1,6 балла.

Обобщенные результаты исследования организационной культуры представлены в таблице.

Показатели параметров организационной культуры, полученные в результате анкетирования студентов Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва, баллы

Студенты	Параметры организационной культуры				
	Избегание неопределенности	Коллективизм/индивидуализм	Дистанция власти	Патернализм	Мужественность/женственность
Российские	56,25	47,5	43,75	70	43,6
Иностранные	68,5	70	52	68,75	52

В процессе исследования была также проведена сравнительная оценка полученных данных с результатами исследования А.И. Наумова по национальной культуре России (рис. 5).

Из рис. 5 видно, что национальная культура влияет на организационную. Хотя индексы параметров среди студентов МГУ им. Н.П. Огарёва немного выше, соотношение остается примерно одинаковым. Значения параметров культуры иностранных студентов существенно отличаются от параметров национальной культуры России по таким критериям, как «Коллективизм/индивидуализм» и «Дистанция власти». В то же время по критериям «Избегание неопределенности» и «Мужественность/женственности» значения параметров довольно близки.

Проведенный анализ параметров организационной культуры в студенческой среде МГУ им. Н.П. Огарёва позволил сделать следующие выводы:

1. Наличие конфликтов между личностью и группой отметили 41,6 % студентов. Это может отрицательно сказываться не только на организации учебного процесса, но и на морально-психологическом настрое студентов. Преподавателям и администрации университета необходимо обращать внимание на возникающие проблемы общения между студентами и помогать разрешать их.

2. Половина опрошенных студентов считают, что интерьер университета нуждается в некотором изменении. В основном «за изменения» голосуют студенты, обучающиеся в старых или реконструируемых зданиях. Что касается единой одежды, то, по мнению большинства респондентов, в университете не должно быть определенного дресс-кода. В то же время иностранные студенты, обучающиеся в медицинском институте, ратуют за специальную форму для них.

3. В результате исследования, проведенного по методике Хофстеде, была выявлена четкая тенденция к индивидуализму среди российских студентов. Иностранные студенты более склонны к коллективизму. Показатели параметров «Избегание неопределенности», «Дистанция власти» и «Мужественность/женственность» находятся на среднем уровне. У иностранных студентов более выражено стремление к избеганию неопределенности, более высокий уровень дистанции власти и склонность к мужественности.

4. Формирование организационной культуры происходит под влиянием национальной культуры, а последняя, в свою очередь, формируется и изменяется под воздействием организационных культур.

Всё это свидетельствует о том, что организационная культура в студенческой среде МГУ им. Н.П. Огарёва находится на среднем уровне. Чтобы увеличить конкурентные преимущества университета, необходимо управлять основными параметрами организационной культуры.

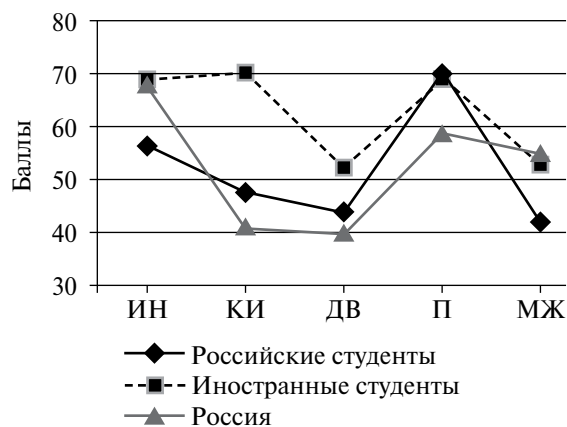


Рис. 5. Сравнительные значения параметров организационной культуры МГУ им. Н.П. Огарёва в контексте общероссийской национальной культуры



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: учебник. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Экономистъ, 2006. 670 с.
2. Глушаков В.Н. Организационное поведение: учеб. пособие. 2-е изд. М.: Вузовский учебник, 2012. 352 с.
3. Гуськова Н.Д., Ерастова А.В., Малясова М.М. Организационная культура и эффективность деятельности промышленного предприятия: моногр. Саранск, Изд-во Мордов. ун-та, 2014. 128 с.
4. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. М.: Дело, 1999. 440 с.
5. Мясоедов С.П. Основы кросскультурного менеджмента: как вести бизнес с представителями других стран и культур: учеб. пособие. 2-е изд. М.: Дело, 2012. 256 с.
6. Неретина Е.А., Ерастова А.В. Управление процессами формирования и развития организационной культуры: учеб. пособие. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2004. 124 с.
7. Электронный ресурс. Официальный сайт МГУ им. Н.П. Огарёва. URL: <http://www.mrsu.ru>.
8. Рот Ю., Коптельцева Г. Межкультурная коммуникация. Теория и тренинг: учеб.-метод. пособие. М.: Юнити-Дана, 2006. 223 с.
9. Руднев М.Г. Базовые ценности населения: сравнение россиян с жителями других европейских стран: автореф. дис. ... канд. социол. наук. URL: <http://www.isras.ru/>.
10. Сергеева А.В. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность. 2-е изд., испр. М.: Флинта : Наука, 2004. 320 с.
11. Симонова Л.М., Стровский Л.Е. Кросскультурные взаимодействия в международном предпринимательстве: учеб. пособие для вузов. М.: Юнити-Дана, 2003. 189 с.
12. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании. М.: Управление персоналом, 2003. 456 с.
13. У МГУ им. Н.П. Огарёва появится новый флаг // Известия Мордовии. URL: <http://izvmor.ru/news/view/18747>.
14. Холден Н.Дж. Кросскультурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента: учеб. пособие [пер. с англ.]. М.: Юнити-Дана, 2005. 384 с.
15. Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1984. 328 p.

ГУСЬКОВА Надежда Дмитриевна — доктор экономических наук, заведующий кафедрой Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва.

Россия, 430000, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Большевикская, 68
e-mail: econauka@yandex.ru

ПАКШИНА Мария Владимировна — магистр Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва.

Россия, 430000, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Большевикская, 68
e-mail: sweet22.10@mail.ru

N.D. Guskova, M.V. Pakshina

COMPARATIVE ANALYSIS OF PERCEPTION THE PARAMETERS OF ORGANIZATIONAL CULTURE OF HIGHER EDUCATION INSTITUTION BY RUSSIAN AND FOREIGN STUDENTS

Formation of organizational culture in many respects is defined by national and cultural features. Essentiality of cultural distinctions in perception to parameters of organizational culture is proved by their examination in features of relation to the right time or to interaction between members of group in the different countries, etc. The main cultural distinctions could be shown in questions of collectivism and

individualism, and also in relations to uncertainty, to a power distance, etc. Consistency of organizational values is evidence to the high level of organizational culture. The most wished state of organizational culture is the situation when corporate and individual's values coincides, holding strong position in motivation of individual behavior. The article researches the superficial and internal levels of organizational culture on the example of higher education institution. Besides that in the article the comparative analysis of perception the parameters of organizational culture in Ogarev Mordovia State University (OMSU) by Russian and foreign students is carried out and the directions of its development are defined. The research methods used in the article are questioning of Russian and foreign students, Hofstede's technique, the comparative analysis of questioning results. All these allowed to prove that formation of organizational culture is influenced by national which in its turn develops under the influence of organizational cultures. Also the straight tendency to individualism among the Russian students was revealed. Foreign students are more inclined to collectivism. The indicators "uncertainty avoidance", "a distance of the power" and "masculinity/femininity" are at the average level. The analytical results confirm that the level of organizational culture in the student's environment of omsu is at the average level.

ORGANIZATIONAL CULTURE; HIGHER EDUCATION INSTITUTION; NATIONAL AND CULTURAL FEATURES; TRADITIONS; VALUES; METHODS; TOOLS.

REFERENCES

1. Vichanskiy O.S. *Menedzhment* [Management]. Moscow, Economist Publ., 2006. 670 p. (In Russ.)
2. Glumakov V.N. *Organizatsionnoe povedenie* [Organizational behavior]. Moscow, University book Publ., 2012. 352 p. (In Russ.)
3. Guskova N.D., Erastova A.V., Malyasova M.M. *Organisatsionnaya kul'tura i effektivnost' deyatel'nosti promishlennogo predpriyatiya* [Organizational culture and effectiveness of industrial enterprise]. Saransk, Ogarev Mordovia State University Publ., 2014. 128 p. (In Russ.)
4. Liuis R.D. *Delovye kul'turi v megdunarodnom biznese. Ot stolknoveniya k vzaimoponimaniyu* [Business cultures in international business. From conflict to understanding]. Moscow, Delo Publ., 1999, 440 p. (In Russ.)
5. Myasoyedov S.P. *Osnovy krosskul'turnogo menedzhmenta: kak vesti biznes s predstavitelyami drugikh stran i kul'tur* [Basies of crosscultural management: how to do business with representatives of other countries and cultures]. Moscow, Delo Publ., 2012. 256 p. (In Russ.)
6. Neretina E.A., Erastova A.V. *Upravlenie protsessami formirovaniya i razvitiya organizatsionnoy kul'turi* [The management of organizational culture forming and development processes]. Saransk, Ogarev Mordovia State University Publ., 2004. 124 p. (In Russ.)
7. Electronic resource. [Official website of Mordovia Ogarev State University]. Available at: <http://www.mrsu.ru> (accessed 01.06.2015).
8. Roth Yu., Kopteltseva G. *Mezhkul'turnaya kommunikatsiya. Teoriya i trening* [Cross-cultural communication. Theory and training]. Moscow, Unity-Dana Publ., 2006. 223 p. (In Russ.)
9. Rudnev M.G. *Bazovye tsennosti naseleniya: sravnenie rossiyan s zhitelyami drugikh evropeyskikh stran*. Available at: <http://www.isras.ru/>.
10. Sergeeva A.V. *Russkie: stereotipy povedeniya, traditsii, mental'nost'* [Russians: stereotypes of behavior, tradition, mentality]. Moscow, Flinta, Nauka Publ., 2004. 320 p. (In Russ.)
11. Simonova L.M., Strovsky L.E. *Krosskul'turnye vzaimodeystviya v mezhdunarodnom predprinimatel'stve* [Cross-cultural interaction in the international business]. Moscow, Unity-Dana Publ., 2003. 189 p. (In Russ.)
12. Solomanidina T.O. *Organizatsionnaya kul'tura kompanii* [Company organizational culture]. Moscow, Personnel management Publ., 2003. 456 p. (In Russ.)
13. [Ogarev Mordovia State University has new website]. *Izvestiya Mordovii*. Available at: <http://izvmor.ru/news/view/18747> (accessed 01.06.2015).
14. Holden N.D. *Krosskul'turnyy menedzhment. Kontseptsiya kognitivnogo menedzhmenta*. Moscow, Yuniti-Dana Publ., 2005. 384 p. (In Russ.)
15. Hofstede G. *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*. Beverly Hills, CA, Sage Publications, 1984. 328 p.

GUSKOVA Nadezhda D. – *Ogarev Mordovia State University.*

Bolshevistskaya ul., 68, Saransk, Respublika Mordoviya, 430000, Russia

e-mail: econauka@yandex.ru

PAKSHINA Mariya V. – *Ogarev Mordovia State University.*

Bolshevistskaya ul., 68, Saransk, Respublika Mordoviya, 430000, Russia

e-mail: sweet22.10@mail.ru

© Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого, 2015