

В. В. ПРУСЕВИЧ

(г. Минск, Белорусский государственный технологический университет)

Науч. рук. Л. Ю. Пшебельская,

канд. экон. наук, доц.

ОЦЕНКА И РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ УНИВЕРСИТЕТА

До недавнего времени понятие «HR-технологий» не вызывало интереса у организаций Республики Беларусь. До тех пор, пока западные организации не вывели это понятие на новый уровень и не начали рассматривать менеджмент персонала как основу любого менеджмента. Смысл прост: без продуманного управления персоналом не будет успешного функционирования организации. Задача методик HR-технологий: рассматривать человека не как объект (рабочую силу), а как индивидуальность со своими личными качествами.

Цель работы – рассмотреть возможности HR-технологий как инструмента развития корпоративной культуры учреждения образования на примере УО «Белорусский государственный технологический университет» (Минск).

Само понятие Human Resources, более известное нам как HR, появилось еще в 1960-х годах, когда значение трудовых отношений стало привлекать внимание, и начали формироваться такие понятия, как мотивация, организационное поведение и оценки отбора и вместе с тем исчезать понятие «управление персоналом». Управление трудовыми ресурсами происходит посредством специально созданного отдела – HR-службы (по-другому отдела кадров). Функции HR-менеджеров: подбор и отбор персонала, адаптация нового сотрудника, контроль и оценка эффективности трудовой деятельности персонала, обучение или переквалификация сотрудников, мотивация. В отличие от менеджеров компаний, которые следят за повседневной работой сотрудников, отделы кадров занимаются проблемами работников, такими как: выплаты, оплата труда, инвестиции сотрудников, пенсионные выплаты и обучение. Их работа может также включать урегулирование конфликтов между сотрудниками или между сотрудниками и их менеджерами. Есть два основных понятия «HR». Первое – это описание людей, работающих в организации. Второе – отдел управления персоналом (отдел кадров). То есть HR-технологии – это технологии, используемые для организации технологий управления персоналом и в целом для повышения ее

эффективности. Или по-другому, это совокупность методов и средств управления человеческими ресурсами определенного вида деятельности, которую используют в деятельности HR-специалистов для повышения результативности.

Корпоративная культура университета является ключом к успеху. Культура влияет на поведение человека на учебном месте и влияет как на индивидуальный, так и на организационный успех. Изучение организационной культуры приобрело важное значение в анализе университетов. Корпоративная культура в университете нужна чтобы улучшить: показатели учебной деятельности; увеличить доход университета; уменьшить бюрократические операции; поддерживать участие преподавателей университета в научно-исследовательских проектах; расширить участие университета в зарубежных проектах; создать программу обучения, которая «идет в ногу со временем»; достичь европейских стандартов в сфере бакалавриата и магистратуры и др.

Корпоративная культура университета помогает студентам в решении общих задач, обеспечении эффективного взаимодействия в образовательной среде вуза на различных уровнях. Она обеспечивает сплоченность студентов на основе общих ценностей и интересов, что способствует поддержанию высокой репутации вуза во внешней среде; получению максимальной отдачи от студентов вуза за счет создания благоприятного эмоционально-психологического климата, предоставления студентам возможности саморазвития, получения морального и материального удовлетворения.

Существует множество методов для оценки корпоративной культуры. В работе было выбрано три наиболее подходящих: метод OSAI, метод оценки психологической атмосферы в коллективе, анкетирование. В двух первых методах опросы уже разработаны учеными, по которым были опрошены студенты, и на основе их ответов были сделаны выводы. Метод анкетирования был разработан самостоятельно.

Метод OSAI показал, что в настоящее время в университете рыночная и иерархичная культура. Это значит, что в данный момент в коллективе делается акцент на соперничестве. Людей волнует только как бы выполнить поставленную задачу в срок. Атмосфера очень требовательная. Лидеры (преподаватели) – твердые руководители. Также результаты показывают, что коллектив объединяют формальные правила и официальная политика учреждения. По опросу был сделан вывод, что студенты предпочли бы клановую и охлократическую культуры. Они характеризуются динамической, творческой рабочей средой, где лидеры (преподаватели) рассматриваются как наставники.

Метод оценки психологической атмосферы показал, что психологическая атмосфера коллектива, в данном случае студенческого, достаточно высока. Если рассматривать каждый показатель по отдельности, видно, что в коллективе преобладает дружелюбность, продуктивность, согласие, взаимная поддержка. Стоит поработать над увлеченностью и занимательностью.

Третий метод анкетирования содержал 25 вопросов, которые касаются всех аспектов учебного процесса: удовлетворенность учебным процессом, взаимоотношения студент/руководство, взаимоотношения студент/студент и т. д.

Опросы показали, что психологическая атмосфера среди студентов положительная. Она не требует каких-либо кардинальных изменений. Имидж учебного заведения складывается из двух составляющих: из внешнего имиджа и внутреннего. Необходимо заботиться о том, чтобы внутренний имидж не расходился с теми ожиданиями и представлениями, которые стремятся создавать в общественном мнении.

В основном все студенты перед поступлением узнавали об университете через знакомых или родителей. Стоит проводить профориентацию не только в областных городах, но и рассматривать города поменьше, чтобы становилось больше осведомленных абитуриентов. Также нужно проводить активную рекламную кампанию университета, чтобы заинтересовать будущих студентов. Так как сейчас молодые люди в основном получают информацию посредством интернета, можно «внедрять» рекламу

именно через него. Также опрос показал, что большинство студентов недовольны учебной программой, которую предоставляет университет. Они считают, что она устаревшая и не актуальная. Возможно преподавателям университета требуется пересмотреть актуальность и содержание некоторых дисциплин. Этот аспект относится к внутреннему имиджу.

Отношение студент-преподаватель также находится на оптимальном уровне. Студенты считают, что отношение преподавателей к студентам в меру строгое, но справедливое. Собственно, как и должно быть. Рассматривая культурный аспект, то он находится на недостаточном уровне. Ответы показали, что культурно-массовая деятельность активно не развивается. Изредка проводятся спортивные мероприятия. Требуется пересмотреть политику таких мероприятий и изменить их программу. Такие мероприятия важны, так как они повышают творческий потенциал студента, дают возможность самовыражаться, раскрыть новые способности, расширять круг общения. Таким образом, корпоративная культура Белорусского государственного технологического университета находится на оптимальном уровне. Чтобы придерживаться этого и выходить на новый, более высокий, уровень требуется принять во внимание результаты опроса и внести в организацию учебного процесса некоторые корректировки.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРЫНКА