

ФУНКЦИИ И ОСОБЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

© Пестерева Ольга Александровна

кандидат педагогических наук, доцент,
Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а
E-mail: polga_al@mail.ru

© Будаева Эржена Владимировна

старший преподаватель,
Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а
E-mail: erchena@yandex.ru

Статья посвящена проблеме формирования корпоративной культуры в образовательной организации. Авторы анализируют различные определения корпоративной культуры и ее структурные компоненты (ценности, традиции, групповые нормы и правила поведения, символы, ритуалы и другие). Авторы отмечают, что понятие «корпоративная культура» преимущественно рассматривается применительно к производственным коллективам, различным фирмам и промышленным компаниям. Вопросы изучения и формирования корпоративной культуры в образовательных организациях уделяется меньшее внимание в теории и практике. В статье проводятся различия между корпоративной культурой бизнеса и образовательной организации. Корпоративная культура образовательной организации обладает разнообразными функциями: интеграции участников образовательного процесса; повышения имиджа и конкурентноспособности образовательного учреждения; формирования благоприятного психологического климата; повышения качества обучения и воспитания и другими.

Авторы считают, что корпоративная культура в образовательной организации должна быть основана на гуманных взаимоотношениях и тесном взаимодействии всех субъектов образовательного процесса. Это позволит создать психологически комфортную, безопасную среду в образовательной организации и успешно удовлетворять запросы педагогов, воспитанников, их родителей, а также общества и государства.

Ключевые слова: культура; образовательная организация; образовательная среда; корпоративная культура; субъекты образовательного процесса.

В современных условиях стремительного развития общественных связей и отношений все более очевидным становится влияние культуры на процессы, происходящие в социуме. Включаясь во все сферы человеческого бытия и обладая объединяющим свойством, она помогает сохранить нравственность в поведении людей и спасти ситуацию в проблемные и переломные моменты жизни общества.

Не только общество в целом, но и каждая организация должна иметь свою культуру — с ценностями, традициями, групповыми нормами и правилами поведения, символами и т. д. Такой культурой является корпоративная культура, значение которой для самой организации и для ее работников невозможно переоценить.

В научной литературе представлены различные подходы к трактовке «корпоративной культуры». Зарубежные и отечественные исследователи (М. Армстронг, Д. Деносон, Т. Ю. Базаров, О. А. Козырева, Р. Л. Кричевский, И. Г. Самойлова, В. А. Спивак, Э. Шейн и другие) предлагают всевозможные авторские определения. Многие из них соотносят данное понятие с такими понятиями, как «организационная культура», «управленческая культура», «деловая культура», «внутренняя культура компании», «корпоративная этика» и др. Рассматриваемые понятия тесно переплетены между собой по смыслу, однако нам представляется более правомерным изучение и рассмотрение «корпоративной культуры» как самостоятельного понятия. В. А. Спивак справедливо отмечает, что корпоративная культура представляет собой «сложное, многослойное, динамичное явление, включающее и материальное, и духовное в поведении организации по отношению к субъектам внешней среды и к собственным сотрудникам» [11, с. 13].

Среди структурных компонентов корпоративной культуры большинство отечественных и зарубежных исследователи называют: team spirit (командный дух), общие ценности и убеждения, разделяемые всеми членами организации, взаимовыгодные отношения и сотрудничество, добросовестное организационное поведение, преданность организации и готовность к переменам. М. А. Галигузова и Б. П. Дьяконов подчеркивают важность корпоративной идеологии, включающей миссию и основные принципы деятельности организации [5]. Л. Розенштиль обращает внимание на социальные нормы, а Р. Пэскэйл, Дж. Чемпи отмечают значимость «высшей цели» и духовных ценностей в корпоративной культуре. Среди социальных ценностей и установок, на которых строится корпоративная культура, Т. Питерс, Р. Уотерман, С. В. Василенко, И. В. Легостаева, Э. В. Онищенко и другие называют приверженность своему делу, самостоятельность, предприимчивость, взаимное доверие и уважение, справедливость, ответственность за взятые на себя обязательства, нацеленность на конструктивное разрешение споров и конфликтов. А. Н. Крылов в структуре корпоративной культуры перечисляет символы, ритуалы, традиции, обряды. Он выделяет ритуалы поощрения, порицания, интеграции, обеспечивающие эффективность деятельности организации [6]. По мнению Е. Ф. Власовой, корпоративная культура является той рабочей зоной каждого человека, где он проявляет свои личностные качества, решая поставленные руководством задачи и возникающие проблемы. Она также отмечает, что для достижения командного и личного успеха необходимо грамотно подходить к организации межличностного общения сотрудников [2].

Обобщая вышесказанное, можно сказать, что именно корпоративная культура помогает организации динамично развиваться, формировать позитивный имидж, быть конкурентоспособной и успешно решать неизбежно возникающие внешние и внутренние проблемы.

Тема корпоративной культуры имеет высокую экономическую и практическую значимость, поэтому широко представлена в зарубежной и отечественной социологии, экономике, психологии, менеджменте. Однако в педагогической теории и практике она не получила столь широкого изучения, как в других науках. Современных педагогов-исследователей интересуют вопросы формирования корпоративной культуры в коллективах образовательных организаций разных типов и уровней. Университетская корпоративная культура рассматривается в работах

О. В. Андомина, Л. И. Беловой, Н. Н. Богданова, А. Ю. Мешкова, Н. В. Назаренко и др. Корпоративная культура студентов вузов и СУЗов представлена в исследованиях Н. С. Лебедевой, И. Н. Богдановой и др. Формирование корпоративной культуры в учреждениях дошкольного и дополнительного образования детей изучали О. А. Глущенко, Л. А. Казарина, Л. В. Семенов и др. В настоящий момент актуальными и малоизученными продолжают оставаться вопросы о сущности и специфике корпоративной культуры образовательной организации, ее роли и влиянии на качество образования.

Сравнивая корпоративную культуру в сферах бизнеса и образования, мы можем выделить несколько различий между ними. Первое отличие заключается в том, что носителями корпоративной культуры образовательной организации являются не только сотрудники (прежде всего педагогический коллектив), но и воспитанники образовательной организации (школьники, студенты). Второе существенное отличие проявляется в том, что корпоративная культура в сфере образования нацелена не столько на решение экономических задач, что является немаловажным в условиях конкуренции образовательных организаций, сколько на решение образовательных задач.

Корпоративная культура должна быть основана на гуманных взаимоотношениях и тесном взаимодействии всех субъектов образовательного процесса, объединенных общими ценностями, идеями, что позволит создать психологически комфортную, безопасную среду в образовательной организации, и тем самым достигать высоких результатов, успешно удовлетворять запросы педагогов, воспитанников, их родителей (законных представителей), а также общества и государства.

Корпоративная культура образовательной организации неразрывно связана с поведенческой и общей культурой субъектов образовательного процесса, соотносимой с их внутренней, духовной культурой. Она проявляется во внешнем виде, поведении педагогов и воспитанников, их ценностных ориентациях, отношении к делу и друг к другу.

Корпоративная культура образовательной организации обладает разнообразными функциями, среди них:

- интеграция участников образовательного процесса, формирование чувства общности, солидарности, что способствует взаимопониманию и согласованности действий в достижении образовательных целей и повышает адаптацию учреждения к внешним воздействиям и переменам;
- повышение привлекательности (имиджа) образовательного учреждения для учащихся и их родителей (законных представителей), повышение его конкурентноспособности на рынке образовательных услуг;
- создание единого нормативного поля, регулирующего поведение педагогов и воспитанников;
- формирование благоприятного психологического климата в образовательном учреждении, создание психологически комфортной и безопасной образовательной среды;
- вовлечение субъектов образовательного процесса в многоплановые виды деятельности и отношения, повышение степени соучастия в жизни коллектива,

что позволяет раскрыть потенциал каждого члена коллектива и создает условия для их самореализации;

- повышение продуктивности педагогической и учебной деятельности, качества обучения и воспитания.

Таким образом, корпоративная культура образовательной организации является мощным инструментом, позволяющим ориентировать всех участников образовательного процесса на решение общих задач, мобилизовать их инициативу и обеспечить эффективное взаимодействие в образовательной среде. Она обеспечивает их консолидацию и сплоченность на основе общих ценностей, что способствует поддержанию высокой репутации образовательной организации во внешней среде, получению максимальной отдачи от педагогов и воспитанников за счет создания благоприятного эмоционально-психологического климата, предоставления им возможности для саморазвития, получения морального и материального удовлетворения.

Литература

1. Василенко С. В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом. М.: Изд-во Дашков и Ко, 2009. 132 с.
2. Власова Е. Ф. Корпоративная культура как механизм управления // Современная Россия: путь к миру — путь к себе: материалы XI Всерос. науч.-практ. конф. Гуманитарного университета (10–11 апреля 2008 г.): доклады: в 2 т. Екатеринбург: Изд-во Гуманитарный ун-т, 2008. Т. 1. С. 431–433.
3. Глущенко О. А. Управление развитием корпоративной культуры педагогов дошкольного образовательного учреждения: автореф. ... канд. пед. наук. Ростов н/Д., 2009. 22 с.
4. Козырева О. А. Корпоративная культура педагога как условие и продукт управления качеством подготовки кадров в образовательном учреждении [Электронный ресурс] // Современная педагогика. 2014. № 9. URL: <http://pedagogika.snauka.ru/2014/09/2688> (дата обращения: 08.10.19).
5. Корпоративная культура образовательных учреждений: проблемы интеллигентности работников образования: материалы V Всерос. науч.-практ. конф. (г. Екатеринбург, 7–8 февраля, 2013 г.) Екатеринбург, 2013. 283 с.
6. Крылов А. Н. Корпоративная идентичность для менеджеров и маркетологов: учеб. пособие. М.: Изд-во ИКАР, 2014. 226 с.
7. Легостаева И. В. Ценностно-ориентированная модель корпоративной культуры преподавателей вуза [Электронный ресурс] // Современные наукоемкие технологии. 2016. № 2–3. С. 509–512. URL: <http://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=35663> (дата обращения: 08.10.19).
8. Патутина Н. А. Корпоративные технологии XXI века: социально-педагогический потенциал организационной культуры. М.: Памятники исторической мысли. 2016. 464 с.
9. Персикова Т. Н. Феномен корпоративной культуры в современной России (сопоставительный анализ корпоративных культур в российских и иностранных организациях): автореф. дис. ... канд. культурологи; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. М., 2007. 20 с.
10. Сергеева Т. Б., Гробатько О. И. Особенности корпоративной культуры образовательного учреждения // Педагогика. № 10. С. 11–21.
11. Спивак В. А. Корпоративная культура. СПб.: Питер, 2001. 345 с.
12. Тихомирова О. Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка. СПб.: Питер, 2008. 148 с.

FUNCTIONS AND FEATURES OF CORPORATE CULTURE
EDUCATIONAL ORGANIZATION

Olga A. Pestereva

Cand.Sci. (Education), A/Prof.,
Dorzhi Banzarov Buryat State University
24a Smolina St., Ulan-Ude 670000, Russia
E-mail: p_olga_al@mail.ru

Ergena V. Budaeva

senior lecturer,
Dorzhi Banzarov Buryat State University
24a Smolina St., Ulan-Ude 670000, Russia
E-mail: erchena@yandex.ru

The article is devoted to the problem of the formation of corporate culture in an educational organization. The authors analyze various definitions of corporate culture and its structural components (values, traditions, group norms and rules of behavior, symbols, rituals and others). The authors note that the concept of "corporate culture" is mainly considered in business. The issues of studying and forming a corporate culture in educational organizations receive less attention in theory and practice. The article distinguishes between the corporate culture of a business and an educational organization. The corporate culture of the educational organization has various functions: integration of participants in the educational process; increase the image and competitiveness of the educational institution; the formation of a favorable psychological climate; improve the quality of training and education and others.

The authors believe that the corporate culture in an educational organization should be based on human relationships and close interaction of all subjects of the educational process. This will create a psychologically comfortable, safe environment in the educational organization and successfully satisfy the needs of teachers, pupils, their parents, as well as society and the state.

Keywords: culture; educational organization; educational environment; corporate culture; subjects of the educational process.