

- закон Российской Федерации от 22 августа 1996 г. №125 – ФЗ // Российская газета. № 164. 29.08.1996 г.
2. Иванова С. Корпоративная культура. Традиции и современность // <http://kpg.w/arti-cles/cc-print.phtml>.
 3. Капитонов Э.А., Зинченко Г. П., Капитонов А. Э. Корпоративная культура: теория и практика. – М.: Альфа-Пресс, 2005.
 4. Рогалева Н.Л. Современная концепция имиджа организации // Управление персоналом. 2007, № 2(156). С. 42-45.
 5. Спивак В.А. Корпоративная культура. – СПб.: Питер, 2001.
 6. Франц А.С. Корпоративная культура университетов (методологический аспект). Акмеология профессионального образования: Материалы IV регион. науч.–практич. конф., 13-14 марта 2007 г. – Е.: ГОУ ВПО РГПСУ, 2007.
 7. Франц А.С. Корпоративная культура университета (этико-аксиологический аспект) // Университетское управление: практика и анализ. 2006, № 2/42. С 26-30.
 8. Франц А.С. Нравственная культура: стратегия исследования идеального образа. – Е.: РГПСУ, 2005. – 167 с.
 9. Франц А.С. Российские нравы: истоки и реальность (Азбука этического плюрализма): Учеб. пособие. – Е.: Урал. ун-та, 1999 г. -336 с.

Ю.В. Коновалова, О.Л. Дубанина
ЕТЭТ, г. Екатеринбург

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

В конце 90-х годов в обществе начинает формироваться критическое отношение к качеству отечественного профессионального образования и его организации. Учреждения профессионального образования разных уровней получили возможность участвовать в европейских образовательных проектах (проекты Tacis EU Delphi I, II, Tacis Tempus и др.), использовать международный опыт в области создания и апробирования систем управления качеством образовательного процесса. Это позволило акцентировать внимание на самых разных показателях и методиках управления качеством образовательного процесса.

В своей статье мы хотели бы рассмотреть корпоративную культуру учреждения профессионального образования как один из регламентов системы управления качеством образовательного процесса и его развития.

Мы придерживаемся точки зрения, что корпоративная культура организации проявляется, во-первых, в социально-психологических характеристиках внутренней атмосферы, сложившейся в коллективе, она составляет общий дух коллектива, понятный каждому сотруднику и «подпитывающий» его деловую направленность и настроение. Во-вторых, в наличии четкого кодекса правил и норм делового общения и поведения, которые выполняются персоналом, определенных традиций и ритуалов, манере работников одеваться и вести себя в организации [1].

Таким образом, нам представляется возможным транспонировать отдельные элементы системы стандартов семейства ИСО на разработку стандарта образовательного учреждения. Создание стандарта образовательного учреждения позволит оценить следующие его функции:

1. Система качества (инструкции и документация).
2. Управление: близость к клиентам, планирование и цели, анализ и совершенствование работы (в образовании клиентами являются потребители образовательных услуг).
3. Управление ресурсами (оборудование учебного заведения и другое).
4. Процессы: ключевые и вспомогательные (в учебном заведении – это учебный процесс, методическая база, корпоративная культура).
5. Обратная связь (показатели, оценочный портфель, развитие).

Система менеджмента качества ИСО 9000 хорошо дополняется европейской моделью оценки качества (EFQM) и Системой сбалансированных показателей (BSC). ИСО 9000 создает структуру для выстраивания регламентов и документации в системе оценки качества, европейская модель (EFQM) помогает оценить и сравнить всю систему.

Система сбалансированных показателей (BSC) показывает «материализацию» видения и стратегии учебного заведения.

Интересный опыт использования этой модели оценки процесса управления образовательным учреждением и влияние ее на корпоративную культуру, с которым мы познакомились в ходе стажировки, предлагает образовательное объединение Edupoli (Финляндия). Свою миссию Edupoli определяет так: «Мы обеспечиваем подготовку грамотных кадров и многоплановое обучение взрослого населения». Миссия конкретизируется в целях: своими услугами образовательное учреждение стремится нацелить подготовку отдельной личности на успешную трудовую и общественную жизнь, создавать условия для успешной работы предприятий-заказчиков и их трудовых коллективов, а также увеличивать разнообразие предоставляемых услуг в разных направлениях совместно с другими образовательными учреждениями.

Для реализации поставленных целей Edupoli выстроила свою организационную структуру, прописала основные и вспомогательные процессы и разработала для них регламенты, т.е. создала собственный корпоративный стандарт.

Модель процессного управления в Edupoli эволюционировала от создания и использования системы управления качеством через контроль качества, измерение результатов деятельности к оценке процессов преподавания и обучения. В процессе развития менялось отношение персонала к вводимым инновациям: от непопулярного среди персонала управления по результатам к восприятию оценки и самооценки учебного заведения (внешний и внутренний аудит) как части корпоративной культуры.

Таким образом, нам представляется, что такая модель служит стратегическим инструментом управления качеством учреждения

профессионального образования, помогает двигаться в будущее, которое отражено в его миссии. С этой точки зрения миссия является одним из важнейших элементов корпоративной культуры и определяет идеологию учебного заведения, тогда как стандарт предприятия позволяет ее реализовать через регламентацию правил и норм поведения и делового общения. Наш опыт показывает, что модель управления в Euporoli вполне применима к российским условиям.

В ходе реализации стратегической модели управления Екатеринбургским торгово-экономическим техникумом получен бесценный опыт самооценки деятельности учебного заведения, которая проводилась в рамках проекта Tasis EU DELPHI-II, по инициативе Центра изучения проблем профессионального образования РФ (Национальная Обсерватория, Москва). Апробировалась методика, предложенная Технической рабочей группой по вопросам обеспечения качества в системе ПОО в рамках реализации Копенгагенского процесса и разработанная Европейским центром развития профессионального образования CEDEFOP.

Самооценка проводилась на уровне преподавателей и сотрудников техникума, уровне администрации и уровне студентов. Такой подход, на наш взгляд, наиболее полно отражает понимание заявленной основной корпоративной ценности техникума – главной ценностью для всех является потребитель (заказчик образовательных услуг и его требования), хорошо подготовленный специалист.

Самооценка выявила как сильные, так и слабые стороны в работе учебного заведения. Однако в рамках данной статьи рассмотрим только результаты, касающиеся корпоративной культуры. Сформированная система ценностей, таких как качество образования, рост профессионализма персонала, стабильность, принцип равных возможностей была выделена как сильная сторона руководства

техникумом. Имидж техникума отмечался не только как ценность, но и стратегическое направление развития техникума.

В то же время самооценка выявила дублирование зон ответственности подразделений, тогда как некоторые функции «провисают», формально прописанные регламенты подразделений и правила внутреннего распорядка, типовой характер носят должностные инструкции сотрудников. Мы увидели необходимость оптимизации системы управления и системы ценностей в следующих направлениях:

- конкретизация функциональных обязанностей специалистов и задач структурных подразделений;
- децентрализация управления техникумом;
- совершенствование системы распределения полномочий и ответственности;
- корректировка отношений функциональных служб техникума и преподавателей в сторону укрепления командного стиля работы;
- создание сопоставимой системы показателей деятельности учебного заведения.

Разработка стандарта учебного заведения, включающего стандарт корпоративной культуры, по нашему мнению, будет одним из путей реализации намеченных изменений.

Таким образом, важным инструментом становятся документы, регламентирующие деятельность преподавателей и сотрудников, четко отражающие функционал и корпоративные ценности. Эти регламенты рассматриваются как основа для разработки оценочных критериев и показателей при приеме на работу, аттестации, перемещения и продвижения преподавателей и сотрудников, а также определения потребностей в их обучении и повышении квалификации. К примеру, чаще всего в учреждениях СПО, через систему курсов повышения квалификаций и стажировок, предусматривается развитие специальных

компетенций, тогда как анализ выявил потребность в развитии и корректировке надпрофессиональных и ключевых компетенций: умений эффективно общаться, управлять собой и своим поведением, продуктивного использования времени и т.д.

Чтобы учреждение профессионального образования, являясь системой, работало эффективно, необходимо четко выстроить правила работы системы, иначе каждый элемент системы – отдел или сотрудник начнет устанавливать свои.

Такой подход к управлению учреждением профессионального образования, по нашему мнению, позволит улучшить взаимоотношения в коллективе, повысить его управляемость и, как следствие, вывести качество образовательного процесса на новый уровень.

Литература

1. Управление персоналом: российский опыт / Н.Самоукина. СПб.: Питер, 2003

И.А. Медведева
ЕЭМК, Екатеринбург

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ: ОЧЕРЕДНОЕ УВЛЕЧЕНИЕ ИЛИ ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ?

Формирование конкурентных преимуществ организации происходит под влиянием многих факторов, одним из которых на сегодняшний день является корпоративная культура. Корпоративная культура специфична для каждой организации, однако есть базовые направления, которые, так или иначе, обеспечиваются в ней, отличаясь лишь инструментами, способами реализации.

Можно выделить следующие характеристики корпоративной культуры:

- ориентация на высокие производственно-экономические показатели и нравственно-этические ценности;
- ликвидация ведомственных барьеров внутри персонала;