

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;

сглаживание и последующая ликвидация привилегий управленцев;  
видение организацией своей миссии (нравственно-этическая общественная полезность деятельности фирмы);  
особое внимание к системе повышения квалификации, обучения и развития;  
работа непосредственно с людьми, а не с бумагами – персонал чувствует конкретный контакт с руководителем;  
минимизация аппарата управления и документопотока.

Корпоративная культура – это микрокультура, присущая конкретной организации, а именно совокупность (свод) формальных и неформальных правил и законов, по которым существует и развивается организация.

Одним из направлений нашей страны, на сегодняшний день, является стремительное развитие деловой активности в различных сферах жизни и деятельности. Наиболее ярко проявляется конкуренция между образовательными учреждениями, борьба за рынок сбыта образовательных услуг. Данные явления наиболее характерны для рыночной экономики, и обосновывают актуальность данной темы «Корпоративной культуры ОУ: очередное увлечение или объективная необходимость». Рассматриваемая тема сравнительно недавно обратила на себя внимание, но даже самые первые исследования в данной области принесли ощутимый, положительный результат.

После первых рыночных реформ в России, в которых отсутствовало правовое поле и происходило несоблюдение правовых норм в сфере экономики, общество вступает в качественно новый этап, который характеризуется все большим пониманием важности формирования цивилизационных отношений между субъектами экономических отношений. Приходит осознание того, что для достижения высоких результатов необходимо долгосрочное планирование

профессиональной деятельности, установление стабильных отношений с деловыми партнерами. В связи с этим формирование позитивной репутации становится для многих организаций насущной потребностью.

Репутация – это многомерный образ, включающий в себя деловые качества и профессиональный уровень сотрудников, степень их подготовленности к решению оперативных и стратегических вопросов в деятельности своей организации, их умением предвосхитить реакцию на происходящее со стороны внешней аудитории. Не случайно говорят, что репутация ОУ выражается в умении ее руководителей и рядовых работников предвидеть, что сказать и сделать в каждой конкретной ситуации, использовать многообразие форм и методов воздействия на окружающую среду. Именно эти навыки и позволяют ОУ добиваться большей конкурентоспособности на рынке и в конечном итоге улучшения своих показателей.

Корпоративная культура – это имидж организации, зависящий от персонала. Она связана с формированием корпоративного духа, направленного на повышение эффективности и производительности человеческих ресурсов, на развитие чувства приверженности и обеспечивает организации конкурентоспособность. Что, в свою очередь, может проявляться, например, в особенностях внешнего вида и поведении работников, а также во взаимодействии с внешней средой, включающей в себя различные сегменты аудитории: клиентов, конкурентов, представителей властных и административных инстанций и т.д.

Учитывая все эти проявления, следует отметить, что корпоративную культуру, сформированную (или формируемую) в ОУ, невозможно представить без культуры общества в целом. Культура - это совокупность общественно прогрессивных норм, правил и стандартов, принятая и поддерживаемая в области организационных отношений. Напомним, что организационные отношения - это взаимодействие,

противодействие или нейтральное отношение элементов организации внутри или вне ее. Характеристика организационной культуры охватывает:

- индивидуальную автономию степень ответственности, независимости и возможностей выражения инициативы в организации;
- структуру - взаимодействие органов и лиц, действующих правил, прямого руководства и контроля;
- направление - степень формирования целей и перспектив деятельности организации;
- интеграция - степень, до которой части (субъекты) в рамках организации пользуются поддержкой в интересах осуществления скоординированной деятельности;
- управленческое обеспечение степень, относительно которой менеджеры обеспечивают четкие коммуникационные связи, помощь и поддержку своим подчиненным;
- поддержка - уровень помощи, оказываемой руководителями своим подчиненным;
- стимулирование - степень зависимости вознаграждения от результатов труда;
- идентифицированность степень отождествления работников с организацией в целом.

Культура иллюстрирует определенный уровень развития общества. Передавая накопленные результаты различных видов деятельности из поколения в поколение, культура формирует социальный опыт, влияющий на поведение больших общественных групп. Социальный опыт, в свою очередь, позволяет выявить оптимальные ценностные установки, которые могут способствовать более глубокому пониманию современной реальности, в том числе, в сфере корпоративных отношений.

Корпоративная культура ОУ определяется исторически

сложившимися проявлениями целостной культуры своего общества. В этом смысле целостная культура, а, в первую очередь, ее духовное проявление, способствует пониманию этических отношений в рамках отдельно взятого предприятия, каким бы видом деятельности оно ни занималось.

Подобно тому, как культура общества формирует определенные духовные ценности, присущие социуму в целом, так и корпоративная культура ОУ определяет существование корпоративных ценностей, в совокупности унифицирующих ее содержание.

Следует признать, что корпоративные ценности являются не единственным проявлением корпоративной культуры. К числу этих проявлений можно отнести, например, образ мышления, присущий той или иной организации или символику, посредством которой ее можно отличить от конкурентов. Однако ценности (или ценностные ориентации) оказываются наиболее важной составляющей ее повседневной деятельности. Если культура общества задает людям ориентиры их повседневного поведения, а корпоративная культура ОУ формирует эти ориентиры применительно к их деятельности, то можно предположить, что функции культуры вообще и корпоративной культуры в частности достаточно близки.

Посредством упомянутых ценностей корпоративная культура, с одной стороны, наследует правовые, этические нормы, существующие в той или иной стране, а с другой — ощущает повседневное влияние со стороны субъектов экономических отношений.

Следует отметить, что в российских ОУ лишь начинает складываться корпоративная культура: только сегодня, под влиянием изменившейся ситуации в стране, они начинают ощущать себя полноправными субъектами социально-экономических отношений. Идет поиск стереотипов поведения, принципов профессиональной деятельности и делопроизводства. Одновременно не утихают споры по поводу того, как

следует воспринимать корпоративную культуру на местах - благом или, наоборот, недостатком деятельности ОУ. Сторонники первого довода полагают, что наличие строго определенных принципов профессиональной и социальной деятельности структурирует деловые отношения в коллективе и за его пределами, повышает общую эффективность труда работников; сторонники второго - считают, что корпоративная культура уничтожает индивидуальные проявления людей, делает их бездумными исполнителями воли руководителей.

Несмотря на это, целесообразность следования ОУ определенным принципам и нормам своего существования, которые в совокупности и создают устойчивые ориентации в работе, является, скорее всего, на сегодняшний день объективной необходимостью.

#### **Литература**

1. Лукичева Л.И. Управление персоналом. Курс лекций; практические задания/ Под ред. Ю.П.Анискина. – Изд.2-е, стер. – М.: Омега-Л,2006
2. Спивак В.А. Корпоративная культура: теория и практика. СПб. и др.: Питер, 2001
3. Кулакова И.А. Организационная культура образовательного учреждения: результат деятельности/статья, 2006
4. Симрнов Э.А. Основы теории организации -- М.: ЮНИТИ, 2000

**Н.С. Михайлова**  
УрТК, г. Заречный

#### **НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ ГЛАЗАМИ БИОЛОГА**

В рыночных условиях сегодня каждый участник учебного процесса осознает, что выжить учебное заведение сможет при следующих обстоятельствах: если оно будет конкурентноспособным на рынке образовательных услуг, и если его выпускники будут востребованы на рынке интеллектуального труда. Слагаемых успеха много, остановлюсь на значимости корпоративной культуры.

Лично я никогда не проецировала корпоративную культуру на