

## КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Булатова З.А.<sup>1</sup>, Гайнуллин И.А.<sup>1</sup>, Абулханова Г.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>ГАУ ДПО Институт развития образования Республики Башкортостан, Уфа, e-mail: gainullin\_ia@mail.ru;

<sup>2</sup>Казанский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» Республики Татарстан, Казань, e-mail: 2517999@mail.ru

В данной статье исследован процесс формирования корпоративной культуры в сфере образования. Изучены исследования отечественных и зарубежных ученых по данной проблеме, проведены исследования в образовательных организациях, использован практический опыт авторов статьи. Важными факторами формирования корпоративной культуры являются личная власть, обладание ресурсами, высокая степень централизации управления, жёсткий контроль во всем. В статье описана роль личностного фактора в формировании корпоративной культуры в сфере образования. Роль социального фактора корпоративной культуры заключается в согласованности действий членов коллектива с направлениями деятельности, целями и задачами организации. Эти показатели отражаются в четырех типах корпоративной культуры: приятельский, безразличный, разобщённый и коммуникативный. В статье даны утверждения о том, что корпоративная культура в сфере образования основывается на сотрудничестве, коллективной выработке идей, миссии и общепринятые ценности. Также даны рекомендации по совершенствованию системы набора, отбора и найма персонала организации в целях эффективного управления организацией.

Ключевые слова: корпоративная культура в сфере образования, нравственность, мораль, организационная культура, управление персоналом, профессионализм, компетентность руководителя, команда, рынок труда, ценности организации, конкуренция, человеческий капитал коллектив.

## THE CORPORATE CULTURE IN THE SPHERE OF EDUCATION

Bulatova Z.A.<sup>1</sup>, Gainullin I.A.<sup>1</sup>, Abulkhanova G.A.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>The Institute for the development of education of the Republic of Bashkortostan, Ufa, e-mail: gainullin\_ia@mail.ru;

<sup>2</sup>Kazan Institute (the branch) of the Federal state budgetary educational Institution of higher professional education of Russian Economic University named after Plekhanov, the Republic of Tatarstan, Kazan, e-mail: 2517999@mail.ru

This article discusses the process of formation of corporate culture in the field of education. The article shows the research of native and foreign scholars on the subject, conducted researches in educational institutions, the use of the practical experience of the authors of the article. Important factors of corporate culture are the personal power, possession of resources, a high degree of centralization of management, strict control. The article describes the role of the personal factor in the formation of corporate culture in the field of education. The role of the social factor of corporate culture is the coherence of team members with activities, aims and objectives of the organization. These indicators are reflected in four types of corporate cultures: hail-fellow, indifferent, disunity and communicative. The article gives the assertion that the corporate culture in the field of education is based on cooperation, the development of collective ideas, mission and common values. It also provides recommendations for improving the system of recruitment, selection and employment of staff of the organization to ensure effective management of the organization.

Keywords: corporate culture in the field of education, morals, ethics, organizational culture, human resources management, professionalism, manager competence, the team, the labor market, the organization's values, competition, human capital, staff.

Социально-экономические условия современности вынуждают нас решать общечеловеческие и частные проблемы. Одним из главных внешних условий является постоянно возрастающая конкуренция в сфере образования. На рынке образовательных услуг данная необходимость диктуется интенсивным развитием и повышением конкурентных сил в данной сфере. Важным условием эффективности управления в сфере образования является необходимость в переосмыслении подхода к проблеме внутренней

культуры и идеологии коллектива [1-10]. В сферу российского образования входят новые формы культурной деятельности: педагогическая культура, организационная культура, коммуникативная культура, рефлексивная культура, экологическая культура, юношеская субкультура, информационная культура и корпоративная культура. Мы много времени проводим в коллективе. В коллективе надо быть внимательным, терпеливым и предупредительным. Знание основ организационной культуры помогает сотрудникам правильно организовать коммуникативное общение, наставничество. Для успешного функционирования организации необходимо наличие корпоративной культуры, соответствующей их целям и ценностям, миссии и традициям, а также умение прощать другим слабости, подавить в себе зависть и раздражение, умение выстраивать правильные человеческие отношения, уметь работать в команде, строить социальное взаимодействие для решения поставленных задач данной организации. Корпоративная культура создает у сотрудников ощущение надежности самой организации и своего положения в ней, способствует формированию чувства социальной защищенности, стимулирует самосознание и высокую ответственность работника, выполняющего поставленные перед ним задачи. Поэтому формирование корпоративной культуры является актуальной задачей образовательных организаций.

В современной литературе существуют разные определения понятия "*корпоративная культура*". Например, Т.Ю. Базаров рассматривает корпоративную культуру как систему материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной организации, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющуюся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды.

Социологическая интерпретация понятия «*корпоративная культура*» в современных исследованиях раскрыта в описании явления социального единства и сплоченности организации таких понятий, как «атмосфера», «климат», «групповое мышление», а в последующем и «организационная культура».

Корпоративная культура проявляется и в философии, и идеологии управления, ценностных ориентациях, нормах поведения и характерна для организации, в которой осуществляется конкретная деятельность с характерными способами постановки и ведения дела.

Зарубежные исследования американских учёных во главе с Э. Мэйо берут свое начало с 30-х годов. Э. Мэйо, У. Уорнером были исследованы отношения людей к труду, их принципы и убеждения, состояние морального климата в коллективе.

Отечественных исследований корпоративной культуры недостаточно. В России корпоративные отношения в образовании стали изучаться недавно. Демократический стиль поведения в сфере образования строится на знании психологии и уважении к личности. В условиях рынка труда личностный фактор играет большую роль в организации деятельности образовательных организаций. Большое влияние становлению корпорации оказывают творческие, инициативные, харизматические личности, проявляющие организаторские способности, мобильность, гибкость, которые позволяют им эффективно организовать совместную деятельность в организации. Немаловажную роль в корпоративной культуре в сфере образования занимают такие личные качества сотрудников организации, как: компетентность, мобильность, оперативность, толерантность, открытость, исполнительская дисциплина и т.д.

Современные исследователи выделяют два организационных уровня корпоративной культуры. Верхний уровень представляет собой очевидные элементы корпоративной культуры (внешний вид зданий организации; внешний вид сотрудников; наличие логотипов; документы, в которых описаны ценности организации, мифы, легенды и т. д.). Внешние элементы корпоративной культуры вытекают из ценностей, формируемых на внутреннем уровне, образующих своеобразную внутреннюю философию. На внутреннем уровне располагаются ценности и нормы, определяющие и регламентирующие поведение сотрудников в компании. Ориентирами человеческого поведения выступают моральные ценности. Мораль регулирует поведение людей во всех сферах общественной жизни. Моральное сознание личности характеризуется понятием добра, долга, гуманности, справедливости, чести. Основой нравственности, регулятором поведения и нравственной позиции личности является совесть [2].

Дружелюбные взаимоотношения внутри компании влияют на социальный фактор. Согласованность действий членов коллектива с направлениями деятельности, целями и задачами организации показывает высокую степень солидарности. Если нет понимания, интереса к целям и делам организации фирмы, то солидарность низкая. Эти показатели отражаются в четырех типах корпоративной культуры: приятельский, безразличный, разобщённый и коммунальный. *Приятельский тип* характеризуется высоким уровнем значимости социального фактора и низкой солидарностью. В данном случае на первом месте решаются социальные проблемы, только не дела организации. *Безразличному* типу культуры характерна высокая степень солидарности и низкий социальный показатель. В этом случае общение членов коллектива между собой становится формальным, но они сплочённые и нацелены на достижение целей компании. Следующий тип культуры – *разобщённый*. Данный тип корпоративной культуры характеризуют низкий показатель солидарности и

низкая значимость социального фактора. Сотрудники не заинтересованы в достижении целей организации. Высокая степень солидарности, хорошие социальные отношения характерны *коммуникативному* типу корпоративной культуры. Данный тип культуры создает условия для отличного понимания задач организации и появляется мотивация для достижения результатов.

На специфику проявления корпоративной культуры в сфере образования, где основная деятельность – образовательная, показывают такие элементы, как: корпоративное сознание, личность, мотивация личности, профессиональные и личностные качества, их толерантность. Также важными факторами являются личная власть, обладание ресурсами, высокая степень централизации управления, жёсткий контроль во всем. Все организации уникальны. Каждая представляет уникальную корпоративную культуру: имеет свою историю, организационную структуру, виды коммуникаций, системы, цели, задачи, структурные элементы.

Корпоративная культура в сфере образования основывается на сотрудничестве, коллективной выработке идей, миссии и общепринятых ценностей. Ценностями корпоративной культуры являются миссия, история, мифы, легенды, ритуалы, традиции и условия работы. Такие ценности, как: чуткость, солидарность, ответственность, доброту, справедливость вырабатываются сотрудниками организации в процессе деятельности. Сотрудники лояльны по отношению к принятым корпоративным ценностям, формируется единство взглядов и действий. Ценности в данном случае служат стимулом, необходимым условием для взаимодействия сотрудников организации.

Мы считаем, что корпоративная культура в сфере образования – это взаимоотношения и взаимодействия людей, объединенных одной идеей, интересами и ценностями, долгом, позволяющими персоналу работать гармонично вместе и достигать высоких результатов, реализовать цели и задачи образовательной организации, удовлетворять запросы семьи, общества и государства.

Успеху образовательной организации влияет компетентность руководителя, его умения принимать управленческие решения. Должность руководителя требует компетентности, профессионализма, оперативности и информированности во всем. По результатам проведенных нами исследований в образовательных организациях Республики Башкортостан и Татарстан, в организациях, где степень сплоченности коллектива выражается в принципе «будь, как все», коллектив препятствует попытке отличиться, показать свою профессиональную компетентность, начинается давление, репрессия со стороны коллектива. Например, 48 % сотрудников и 50 % руководителей негативно относятся к стремлению сотрудников к карьерному росту. Значимость корпоративной

культуры в сфере образования заключается в командной форме работы, эффективной организации деятельности по достижению высоких результатов и признании ценностей коллектива, который способствует стабильности, формированию у сотрудников чувства защищенности и безопасности, уверенности, поддерживает стремление показать свои высокие профессиональные качества. В таких организациях 80 % руководителей способствуют карьерному росту своих сотрудников, 70 % сотрудников полностью удовлетворены стилем управления своих работодателей.

Руководители образовательных организаций сталкиваются с необходимостью реализации карьерных амбиций сотрудников, с их ярко выраженными лидерскими качествами. Человек хочет получить власть, создать для себя преимущество в какой-то конкретной ситуации или отомстить другому человеку. Все это происходит на фоне борьбы за сферу влияния при скрытой или открытой конкуренции. Неспособность педагогов к открытому соревнованию ведет к интригам. Необходимо научиться уметь реагировать на нежелательные интриги. Мы всегда должны быть вежливы и корректны со своими коллегами, тщательно выбирать свои слова и обдумывать поступки. Нужно беречь психологическое здоровье друг друга и не разрушать его с помощью всевозможных провокаций, колкостей, интриг. Власть представляет собой определенную форму отношений в обществе. Ее главной чертой является способность влиять на характер, направление деятельности и поведение других людей при помощи экономических, идеологических и организационно-правовых инструментов, авторитета, традиций, принуждения. Синдром педагогического насилия, страхи, разочарование, постоянный стресс, вырабатывают у данной группы определенное поведение, постоянно создаются конфликтные ситуации, у других появляется депрессивное настроение, чувство ненужности, лишнего человека в этой жизни. Для изучения коллектива в данном направлении рекомендуем провести анонимное анкетирование.

Мы считаем, что успеху образовательной организации влияет также и профессионализм сотрудников. Необходимость развития профессионализма персонала мы рассматриваем в следующих аспектах:

- разработанность механизмов непрерывного образования и самообразования, направленного на развитие профессионализма персонала;
- создание единого научно-методического образовательного пространства как открытой среды, находясь в которой педагог может выбирать собственную траекторию развития, определять содержание и формы совершенствования профессионализма;
- концепция лично ориентированного подхода, учитывающего образовательные запросы и потребности каждого сотрудника.

Развитие профессионализма возможно при реализации ряда организационно-педагогических условий, которые представляют собой совокупность организационных действий, направленных на управление и координацию деятельности, распределение полномочий и ответственности по определению содержания, форм, методов образования, программно-методического, информационного обеспечения, оказание образовательных услуг. Требованиями к образовательным услугам, оказываемым на рынке труда, являются: стиль оказания услуги, качество и стоимость услуги, скорость оказания услуги, доброжелательность, внешний вид, профессионализм персонала. Помимо требований наличия специального образования и опыта работы по оказанию услуг следует добавить требования к характеристикам личности кандидата. Приоритетными показателями должны быть коммуникабельность, отзывчивость, мобильность, доброжелательность и желание работать в коллективе.

Персонал, работающий в организации, должен соответствовать определенным требованиям. Каким образом найти подходящих кандидатов и выбрать лучшего – эти вопросы являются важной проблемой, которую необходимо оперативно решать. Эффективное управление системой набора и отбора персонала будет способствовать решению этой проблемы.

С целью совершенствования системы набора, отбора и найма персонала организации, на наш взгляд, необходимо внедрение современных, эффективных мероприятий. Для привлечения квалифицированного персонала целесообразно использовать услуги кадровых агентств. В последние годы все больше предприятий обращаются в кадровые агентства. Совершенствуя систему набора, отбора и найма персонала в организации, необходимо разработать также мероприятия и по совершенствованию системы дальнейшей адаптации нового сотрудника, так как дальнейшая адаптация нанятого персонала является неотъемлемым, обязательным процессом, обеспечивающим эффективную работу системы набора, отбора и найма персонала.

Наиболее эффективным методом адаптации персонала является наставничество. Наставник на личном примере показывает сотруднику, как это нужно делать, сотрудник наблюдает и имеет возможность напрямую общаться с наставником, получать всю необходимую ему информацию, восполнять пробелы в понимании профессиональной деятельности.

При отборе персонала необходимо ввести использование психологических тестов на конфликтность, уровень психоэмоционального состояния. Применение тестов при отборе претендентов позволит получить психологический портрет кандидата, оценить его способности, а также профессиональные знания и навыки.

В настоящее время образовательные организации стремятся к освоению культуры, ориентированной на будущее. Сегодня востребованы такие качества личности, как успешность, конкурентоспособность, уважение обычаев, идей, толерантность, готовность принять корпоративную культуру той организации, в которой предстоит работать. Необходима взаимосвязь между ценностно-мотивационными оппозициями и представлениями об этике делового взаимодействия педагогов. Чрезвычайно важно рассматривать корпоративную культуру как средство повышения эффективности деятельности организации, в связи с реализацией концепции «человеческого капитала». Новая парадигма управления персоналом подразумевает изменение функций персонала, накопление и развитие «человеческого капитала», от которого зависит качество оказания образовательных услуг.

### Список литературы

1. Абулханова Г.А. Алгоритм совершенствования системы подбора, отбора и найма персонала / Г.А. Абулханова // Региональная экономика: тенденции и перспективы развития: Материалы II-ой очно-заочной международной научно-практической конференции Балаковского института экономики и бизнеса (филиал) «РЭУ им. Г.В. Плеханова». – Балаково, 2014. – С. 24-30.
2. Булатова З.А. Нравственное воспитание подрастающего поколения: монография / З.А. Булатова. – LAP LAMBERT Academic Publishing Saarbrücken, Germany, 2012. – 128 с.
3. Булатова З.А. Управление введением и реализацией Федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования: учебно-методическое пособие / З.А. Булатова, И.А. Гайнуллин, С.С. Лысов. – Уфа: ИРО РБ, 2015. – 72 с.
4. Гайнуллин И.А., Булатова З.А. Государственно-общественное управление образованием в контексте повышения качества образовательной деятельности образовательных организаций // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 5; URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=21917>.
5. Гайнуллин И.А. Опыт реализации эффективных моделей государственно-общественного управления образовательными организациями Республики Башкортостан / И.А. Гайнуллин, У.Б. Юнусбаев // Государственно-общественное управление как механизм достижения современного качества образования в условиях действия нового законодательства. – Челябинск: ЧИППКРО, 2014. – С. 29-31.

6. Гайнуллин И.А. Государственно-общественное управление образованием / И.А. Гайнуллин // Современный образовательный процесс: опыт, проблемы и перспективы. – Уфа, 2014. – С. 33-35.
7. Невзоров М., Белозер Н., Пушило С. и др. «Обращение к педагогическому сообществу //Духовно-нравственное воспитание. – 2013. – № 3. – С.33-39.
8. Педагогика профессионального образования / под ред. В.А. Сластенина. – М., 2004. – 368 с.
9. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании. – М.: ООО «Управление персоналом», 2012. – С. 167-170.
10. Юнусбаев У.Б. Нормативно-правовые основы современного образовательного менеджмента: учебное пособие./ У.Б. Юнусбаев, С.С. Лысов, И.А. Гайнуллин – Уфа: ИРО РБ, 2013. – 50 с.