

*Кадышева Алина Олеговна*

*магистрант,*

*Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова,*

*г. Улан-Удэ*

*Научный руководитель Дагбаева Нина Жамсуевна,*

*доктор педагогических наук, профессор,*

*Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова*

*г. Улан-Удэ*

## РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННОГО ВУЗА

**Аннотация.** В статье рассмотрены сущность и структура корпоративной культуры образовательной организации. Управление развитием корпоративной культуры в образовательной среде является актуальной темой, поскольку корпоративная культура – это один из самых эффективных средств привлечения и мотивации сотрудников и будущих студентов, повышение имиджа и конкурентоспособности высшего учебного заведения.

**Ключевые слова:** корпоративная культура, корпоративная культура образовательной организации, управление развитием, мониторинг, методы развития.

Такое понятие как «корпоративная культура» имеет множество трактовок и определений, выведенных различными авторами – как иностранными, так и российскими теоретиками и практиками.

В своем исследовании мы рассматриваем данное понятие с точки зрения образовательной организации. Корпоративная культура пришла в педагогику из менеджмента и имеет двойственный характер, выступая как продукт деятельности образовательной организации, так и как условие функционирования и развития педагогической системы.

Согласно авторам Н.Н. Белухиной, Л. Н. Белоноговой, И.О. Петрищева, М.М. Шубович, адаптировавшие определения базисных теоретических понятий К.М. Ушакова, определение корпоративной культуры образовательной

организации звучит следующим образом: «система норм, представлений, убеждений и ожиданий субъектов образовательной организации в сфере общения и поведения, отражающая принятые и выработанные ими ценности и проявляющаяся в традициях, правилах, символах и других внешних артефактах» [1].

Исходя из исследований зарубежных и отечественных ученых мы можем следующим образом представить структуру корпоративной культуры: цели, ценности, коммуникация, символы и культура средств труда, условий труда и условия трудового процесса.

Рассматривая функции корпоративной культуры, в своём исследовании мы будем опираться на функции, который выделяет В. А. Спивак [4]: оценочно-нормативная, функция воспроизводства, познавательная, регулирующая, смыслообразующая или мировозренческая функции, функция общей памяти, коммуникационная и рекреативная функции.

Нами было проведено исследование на базе вуза. В данном исследовании мы выясняли каково состояние корпоративной культуры среди коллективов сотрудников и студентов.

Согласно анализу проведенных опросов для студентов важность корпоративной культуры (ответы «да» и «скорее да, чем нет») составляет 76%; для сотрудников важность составляет 100% (рис. 1).

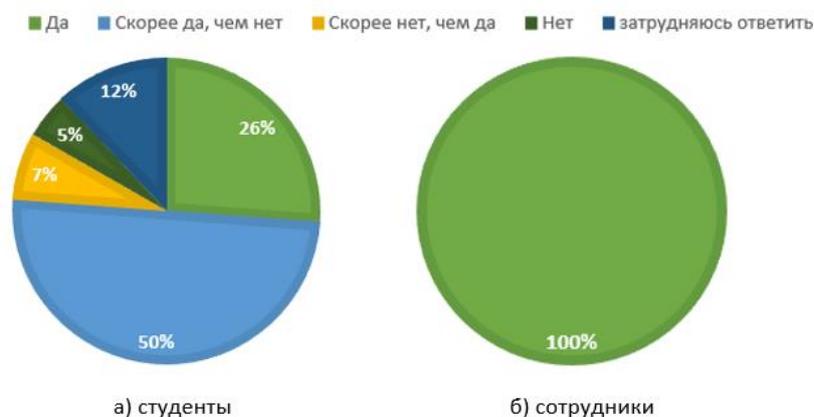


Рис. 1 Важна ли корпоративная культура в современном вузе

## СОВРЕМЕННАЯ НАУЧНАЯ МЫСЛЬ

### Всероссийская научно-практическая конференция

Мы предложили респондентам дать оценку эффективности существующей корпоративной культуры и получили следующие результаты (рис. 2), а также попросили выделить причины ее неэффективности (рис. 3 и рис. 4)

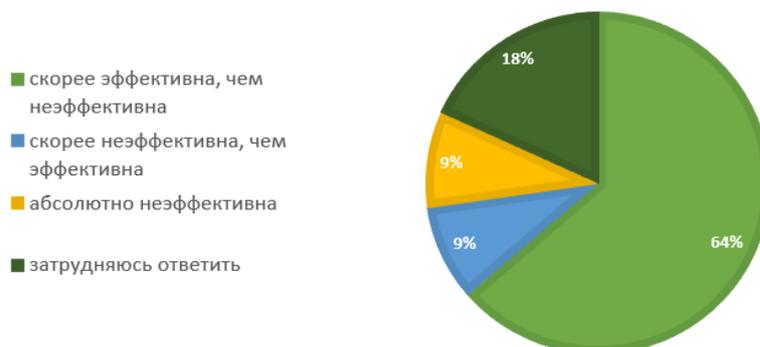


Рис. 2 Эффективность корпоративной культуры в вузе



Рис. 3 Причины неэффективности корпоративной культуры по мнению студентов



Рис. 4 Причины неэффективности корпоративной культуры по мнению сотрудников.

Проанализировав все полученные в ходе исследования данные, мы можем выделить методологию развития корпоративной культуры.

- создание положений о корпоративной культуре;
- актуализация среди сотрудников и студентов корпоративной культуры;

- назначение сотрудника, отвечающего за мониторинг и развитие корпоративной культуры;

- создание и организация мероприятий, направленных на развитие корпоративной культуры: групповая работа с руководством, сотрудниками, студентами образовательной организации по формулированию ценностей, правил, стандартов и норм поведения, соответствующих настоящему и перспективному положению образовательной организации на рынке, учитывающих ее стратегию; создание и разработка инструментария, позволяющего закрепить новые ценности и поведенческие стандарты.

Итак, под корпоративной культурой понимается модель поведения внутри образовательной организации. Эта модель формируется в процессе функционирования учреждения и разделяется всеми членами коллектива. Устоявшаяся система ценностей, нормы, правила, традиции и принципы, по которым живет коллектив. Корпоративная культура в образовательной организации – это эффективное средство управления. Правильно и хорошо развитая корпоративная культура формирует положительный имидж образовательной организации.

#### *СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ*

- 1. Белухина Н.Н., Шубович М.М., Еремина Л. И., Дюльдина Ж. Н., Белоногова Л. Н. // Управление современными образовательными системами. – Ульяновск, 2015.*
- 2. Ушаков К.М. Организационная культура (понятие, типология, уровневая модель, проявления) // Ресурсы управления школьной организацией. – М.: Сентябрь, 2000. – С. 59-111.*
- 3. Маслова В.М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата // 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 492 с.*
- 4. Спивак В.А. Корпоративная культура. – СПб.: Изд-во «Питер», 2001. – С. 29.*