

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЕ

Довкша Т.В.

МБОУ «Лицей №1 п. Первомайский», г. Оренбург

В последние годы все большую актуальность приобретает понятие «корпоративной культуры», которое вышло за границы бизнес-среды и стало признаваться атрибутом любой организации, одним из основных показателей в понимании организационных процессов, основой жизненного потенциала организации, условием ее эффективности и конкурентоспособности.

Понятие «корпоративная культура» в последние годы все шире используется педагогическим сообществом. Это обусловлено тем, что в условиях рынка, когда значительная часть социальных и профессиональных объединений строит свою деятельность на основе корпоративных отношений, система образования обязана формировать у специалистов/профессионалов готовность к деятельности, направленной на достижение корпоративных целей, корпоративных интересов. Кроме того, сами образовательные учреждения, получившие немалые права и относительную экономическую самостоятельность, являются субъектами конкуренции, т.е. вынуждены отстаивать свои «частные» интересы на рынке образовательных услуг. Приходится согласиться с мыслью, что «невозможно представить себе ситуацию, когда общество строит свои структуры по принципу корпоративных интересов, а образовательные учреждения остаются вне поля гражданских отношений».

Элиот Жак определяет корпоративную культуру как «вошедший в привычку, ставший традицией образ мышления и способ действия, который в большей или меньшей степени разделяют все работники предприятия, который должен быть усвоен и хотя бы частично принят новичками, чтобы новые члены коллектива стали «своими».

Исследователи Говард Шварц и Стэнли Дэвид полагают, что корпоративная культура - «комплекс убеждений и ожиданий, разделяемый членами организации, эти убеждения и ожидания формируют нормы, которые в значительной степени определяют поведение в организации отдельных личностей и групп».

Российский специалист О. Шинкаренко так характеризует корпоративную культуру: «Это система, состоящая из комплекса правил поведения, символов, ритуалов, традиций и ценностей, принятых в организации, обязательная для всех ее работников, разделяемая и исполняемая ими. Эта система должна функционировать достаточно длительное время, стать привычной для работников, содействовать успешному взаимодействию и согласованным действиям работников и всех уровней управления организации для достижения ее целей и, таким образом подтвердив свою состоятельность, передаваться новым работникам как образец исполнения».

Корпоративная культура напрямую зависит от целей организации, пронизывает всю ее систему, это тот нематериальный актив, который обеспечивает успех или неуспех организации в будущем. Ключевую роль в реализации всего комплекса корпоративной культуры играет высшее руководство организации и руководители ее подразделений. Корпоративная культура начинает приносить положительные результаты тогда, когда ее реально, а не на словах, разделяет и поддерживает большинство работников предприятия.

Большинство авторов сходится на том, что культура организации представляет собой сложную композицию важных предположений бездоказательно принимаемых и разделяемых членами группы или организации.

Культура - это общепризнанные материальные и духовные ценности, созданные людьми, а также сам процесс их создания, преумножения, немислимый без культурной деятельности человека.

Корпоративная культура — комплекс убеждений и ожиданий, разделяемых членами организации, эти убеждения формируют нормы, которые в значительной степени определяют поведение в организации отдельных личностей и групп.

Корпоративная культура живет в единой символике, посредством которой передаются ценностные ориентации, негласные правила поведения, представления о принятом и неприемлемом способах взаимодействия, лежащие в основе построения взаимодействий внутри и за пределами организации.

Можно выделить следующие этапы формирования культуры организации:

Выработка миссии организации, определение стратегии, основных целей и ценностей (приоритетов, принципов, подходов, норм и желательных образцов поведения).

Изучение сложившейся организационной культуры. Определение соответствия сложившейся оргкультуры выработанной руководством стратегии развития организации. Выявление позитивных и негативных ценностей.

Разработка организационных мероприятий, направленных на формирование, развитие и закрепление желательных ценностей и образцов поведения.

Целенаправленное воздействие на оргкультуру с целью изжить негативные ценности и развить установки, способствующие реализации разработанной стратегии.

Оценка успешности воздействий на организационную культуру и внесение необходимых корректив.

Для того, чтобы корпоративная культура образовательного учреждения была стабильно направлена на результативность и эффективной, необходимо развивать активное взаимодействие между руководителем и сотрудниками для принятия корпоративных ценностей, достижения единой цели. Сплоченный, творческий, активный педагогический коллектив - источник соблюдения и

развития традиций, установления норм поведения, передачи духовных и материальных ценностей своим воспитанникам и молодым педагогам образовательного учреждения.

Каждый вид установок, развивающих свою корпоративную культуру ОУ, наполняется конкретным содержанием и представляет собой внутреннюю мотивацию педагогов на выполнение поставленных профессиональных задач и принятие заявляемой системы профессионально – этических ценностей. Таким образом, одним из следствий внедрения корпоративной культуры может стать развитие значимых личностных и профессиональных ценностей самих педагогов образовательного учреждения, учитывающих его специфику, накопленные традиции и правила взаимодействия между сотрудниками.

Список литературы:

- 1. Мозутова Н.Е. Корпоративная культура: понятие, подходы. //Социологические исследования 2005, № 4.*
- 2. Сергеева Т.Б., Горбатько О.И. Особенности корпоративной культуры образовательного учреждения.//Педагогика, 2006. № 10.*
- 3. Демин, Д. Корпоративная культура: Десять самых распространенных заблуждений / Д. Демин. - М.: Альпина Паблишер, 2010. - 138 с.*