

Библиографический список

1. Алтунина В.В. Концепция образовательной деятельности вуза в условиях модернизации высшего профессионального образования: автореф. дис. ... д-ра пед. наук. Калининград, 2012. 42 с.
2. Меркулова Л.П. Формирование профессиональной мобильности специалистов технического профиля средствами иностранного языка: дис. ... д-ра пед. наук. Самара, 2008. 454 с.
3. Развитие образования на 2013–2020 годы: Государственная программа Российской Федерации: распоряжение Правительства РФ от 15 мая 2013 г. № 792 –р.
4. Руднева Т.И., Беришвили О.Н. Качество профессиональной подготовки инженеров для современных промышленных комплексов: результаты эксперимента: монография. Самара: Издательство Самарского университета, 2016. 190 с.
5. Селезнева Н.А. Качество высшего образования как объект системного исследования: лекция-доклад. М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2004. 95 с.
6. Соловова Н.В. Управление методической работой вуза в условиях реализации инновационных методических задач: дис. ... д-ра пед. наук. Самара, 2011. 572 с.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КОМПАНИИ КАК ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

В.В. Сулова

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва*

В настоящее время основными факторами успеха современных компаний выступают их конкурентоспособность, рентабельность, гибкость, адаптивность и готовность к постоянному развитию. Для этого в программах организационного развития должны отражаться фундаментальные основы компании: система ценностей, стиль управления, способы выполнения работы (организационную культуру компании).

Изучение организационной культуры как части общей культуры является сравнительно новым направлением исследований. Первые исследования по проблеме организационной культуры появились на Запа-

де в начале 50-х гг. XX века и были связаны с работами Ч. Барнарда, Г. Саймона, Ф. Селзника. Они рассматривали понятие организационной культуры во взаимосвязи с организационной моралью, часто интерпретируя ее как удовлетворенность сотрудников различными аспектами своей профессиональной деятельности в компаниях [4, с.111]. Организационная культура – это набор характеристик компании, объединяющий ценности и нормы, свойственные данной организации, существующие в ней стилистику поведения и процедуры управления, концепции технологического и социального развития. Она представляет собой один из механизмов согласования индивидуальных целей с общей целью компании, формируя общее культурное пространство.

Анализ существующих определений организационной культуры показал, что она отражает ценности, нормы, модели поведения, стиль взаимоотношений между членами организации. Значение организационной культуры для компании раскрывается в ее функциях: охранная – создание барьера от бесполезных внешних воздействий, действующих через различные запреты, ограничивающие нормы; интегрирующая – объединяет людей и формирует у них ощущение единства и сопричастности; регулирующая – создает общий социально-психологический климат в организации, сохраняет нужные правила и стилистику поведения и взаимоотношений участников; коммуникационная – выполняет важную роль в установлении контактов между людьми, ускоряет информационный обмен и обеспечивает экономию управленческих затрат; адаптивная – упрощает приспособление людей и компании друг к другу, к внешней среде, что достигается через общие для всех каноны поведения, ритуалы, обряды; ориентирующая – определяет направления профессиональной деятельности сотрудников компании, придает общий смысл их поведению; мотивационная – формирует необходимые стимулы для действий за счет включения в культурный контекст высоких целей, к которым хотят стремиться все адекватные люди; функция формирования имиджа организации – создает образ компании в представлениях групп общественности. Позитивный имидж компании способствует повышению уровня ее конкурентоспособности за счет привлечения потребителей и партнеров.

Организационная культура компании проявляется на трех уровнях: поверхностном, внутреннем и глубинным [5]. Поверхностный уровень культуры определяется продукцией или услугами, оказываемыми компанией; использованием технологий; архитектурой производствен-

ных помещений и офисов; поведением работников; формальным языковым общением; лозунгами и официальными документами. Внутренний уровень дополняет себя ценностями и верованиями, разделяемыми членами компании. Глубинный уровень наиболее точно и полно отражает поведение людей, способ руководства, методы поощрения и наказания. Здесь используются бессознательные базовые установки, направляющие поведение сотрудников и определяющие их отношение к компании. Проявление организационной культуры на глубинном уровне зависит от уровня сформированности психологической компетентности руководителей и сотрудников компании, выступающей основой успешной профессиональной деятельности [2, с.193].

Исследователи, рассматривая структуру организационной культуры компании, выделяют ее компоненты: мировоззрение, организационные ценности, традиции, психологический климат, система коммуникации, стиль управления, одежда и внешняя атрибутика. Мировоззренческий компонент организационной культуры представлен установками на положительное мировосприятие, верой в добро, справедливость, пониманием гармонии мира. Организационные ценности находят отражение в миссии компании. Все сотрудники компании знают и разделяют ее миссию, политику и стратегические задачи. Нормативный компонент организационной культуры выражается в нормах и правилах поведения, разделяемых абсолютно всеми сотрудниками компании. Роль социально-психологического механизма, объединяющего сотрудников компании, играют традиции. Благоприятный психологический климат в компании создается на основе атмосферы полного доверия, дружбы, сотрудничества, правильного распределения ролей, убежденности в том, что коллектив является сплоченной командой [3]. Очень многое в компании зависит от системы коммуникации, от того, насколько она прозрачна, обеспечивает ли она свободный доступ к любой информации о состоянии дел в компании. Организационная культура не только является мощным фактором эффективного функционирования и развития организации, но этот фактор можно планировать, формировать и изменять. В целях формирования организационной культуры компании проводятся определенные мероприятия (таб.1).

Формирование организационной культуры компании

Компоненты организационной культуры	Цель мероприятия	Способы формирования
Мировоззрение	Сформировать позитивное мировосприятие сотрудников компании	Встречи с интересными значимыми людьми, знакомство с положительными примерами жизни человека, приобщение к духовным ценностям общества
Организационные ценности	Довести до сведения сотрудников миссию, политику, стратегические цели компании. Добиться того, чтобы их разделяло большинство членов компании, личные цели сотрудников способствовали реализации целей организации, сотрудники идентифицировали себя с компанией, чувствовали гордость за принадлежность к ней	Обучение, коучинг с целью разъяснения и внедрения миссии, политики и задач компании в системе повышения квалификации, формирование положительного имиджа компании, работа с общественностью. Определение перспектив развития сотрудника, продвижение его по карьерной лестнице
Нормы	Добиться знания и соблюдения норм и правил поведения в компании всеми сотрудниками	Внедрение этического кодекса поведения, формирование нетерпимости к аморальным поступкам

Компоненты организационной культуры	Цель мероприятия	Способы формирования
Традиции	Добиться знания всеми сотрудниками истории и традиций, их поддержания, сформировать уважительное отношение к ветеранам компании, обеспечить преемственность поколений	Встречи с ветеранами, празднование юбилейных дат компании
Психологический климат	Добиться в каждом подразделении высокого уровня психологического климата	Занятия с психологами, комната психологической разгрузки. Психологическая помощь группам
Система коммуникации	Обеспечить своевременно достоверную информацию о делах компании	Обучение в системе повышения квалификации, доступ к информационным ресурсам компании
Стиль управления	Добиться во всех подразделениях коллегиального стиля руководства. Руководитель компании должен быть примером для подражания	Провести аттестацию руководителей, оказать им помощь посредством обучения, ротации кадров, обмена опытом
Одежда и внешняя атрибутика	Формировать деловой имидж	Обучение этическим нормам в одежде сотрудников

В целях повышения и достижения эффективности функционирования компании, укрепления организационной культуры необходимо создание и увеличение обучающих центров, подготовка специалистов по формированию организационной культуры, что может привести к укреплению здорового морального духа коллектива, повышению уровня

удовлетворенности работой сотрудников компании, увеличению клиентской базы компании, росту экономической прибыли.

Библиографический список

1. Андомин О. В., Косинова С. Н. Корпоративная культура вуза как педагогическая проблема // Вестник Самарского государственного университета. 2008. №64.2. С. 201-209.

2. Никулина, И.В. Психологическая компетентность преподавателя высшей школы // Вестник Самарского государственного университета. 2011. № 1.2 (82). С. 192-195.

3. Санько А.М. , Соловова Н.В. Система формирования социально-технологической мобильности учебно-вспомогательного персонала университета // Проблемы современного педагогического образования. 2017. № 57-11. С. 175-183.

4. Ушницкая А. Е. Формирование организационной культуры коллектива как научно-педагогическая проблема // Сибирский педагогический журнал. 2007. №6. С. 111-117.

5. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство / пер. с англ.; под ред. В.А. Спивака. СПб: Питер, 2002. 336 с.