

*Кузеванова Анастасия Дмитриевна*

студентка

*Салаватова Асиль Магомедовна*

канд. пед. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Нижневартовский государственный университет»

г. Нижневартовск, ХМАО – Югра

## **РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Аннотация:* статья посвящена особенностям управления воспитательной работы в школе. Проведен теоретический анализ научных источников по вопросам воспитания. Показателями воспитательной работы как вида деятельности является то, что она носит целенаправленный, систематический и скоординированный характер.

*Ключевые слова:* воспитание, признаки воспитания, воспитательная работа в школе, воспитательная система, управление.

Управление системой образования осуществляется на принципах законности и демократии, также на принципах автономии образовательных организаций, информационной открытости системы образования и учета общественного мнения [5, с. 27].

Организация корпоративной культуры в условиях общеобразовательной организации является ключевым аспектом, который определяет эффективность ее функционирования. Для того чтобы успешно развиваться и достигать поставленных целей, образовательное учреждение должно иметь определенные ценности, нормы и цели. Роль руководства в формировании и поддержании корпоративной культуры играет важнейшую роль в данном процессе. Изучение вопроса затронуто в трудах многих научных деятелей. В работах современных деятелей (М. Армстронг, Т.Ю. Базаров, И.В. Грошев, А.А. Деркач и др.) подчеркивается тот факт, что умелое управление корпоративной культурой может стать эффектив-

ным средством формирования системы базисных личностных и профессиональных ценностей педагогов, а также серьезным конкурентным преимуществом профессиональных образовательных учреждений.

За обеспечение результата в общеобразовательной организации ответственность несут все участники процесса. Именно поэтому А.А. Орлов, М.М. Поташник, Р.Х. Шакуров, – неоднократно в своих работах описывали тот факт, что на конечный результат работы образовательного учреждения в большей степени, влияет уровень взаимодействия всех педагогов [4, с. 46]. Они являются носителями культуры, в том числе создателями корпоративной культуры.

На сегодняшний день в научно-публицистических источниках существует большое количество определений понятия «корпоративная культура». Некоторые из определений раскрывают лишь некоторые аспекты содержания данного понятия. Корпоративную культуру предприятия можно понимать как совокупность ценностей, норм, идей и правил, принятых корпорацией и разделяемых ее сотрудниками, вне зависимости от уровня их иерархии. Составные элементы такой культуры при этом создаются постепенно посредством закрепления наиболее прижившихся норм и правил поведения и коммуникации людей в компании [1, с. 226]. В том числе важно учитывать внешние и внутренние факторы формирования корпоративной культуры. На данном этапе огромную роль играют как культурные, экономические и политические аспекты, так и нормативно-правовое содержание образования.

Так, влияние культуры на деятельность образовательной организации и ее роль определяется рядом функций.

1. Внутренняя интеграция: обеспечивает взаимодействие в педагогическом коллективе, способствует сплоченности помогает почувствовать себя одной командой. Достижение целей образовательной деятельности возможно только при совместной работе всего педагогического коллектива.

2. Внешняя интеграция: формирует имидж образовательного учреждения, который отличает его от других образовательных учреждений такого же типа.

Помогает найти свой собственный стиль взаимодействия с социальными партнерами, родителями, выпускниками и другими учреждениями.

3. Аксиологическая функция: влияет на изменение и принятие отношения к школе, ученикам, их родителям, выпускникам. Влияет на взгляды и убеждения педагогов, тем самым помогая становлению общих корпоративных ценностей, являющихся личностно значимыми.

4. Стимулирующая функция: возвращает чувство преданности и причастности к коллективу. Достижение коллег, статусность учреждения, которую необходимо поддерживать, способствуют развитию и становлению личности педагога и педагогического коллектива в целом.

5. Регламентирующая функция: единое нормативное поле, которое контролирует определенные образцы поведения, свойственные традициям данного образовательного учреждения и целям образовательной деятельности.

6. Коммуникационная функция: обеспечивает взаимопонимание и взаимодействие педагогов, через корпоративные ценности, традиции и нормы поведения.

7. Информационная функция: концентрирует сведения о нормах, правилах, стандартах деятельности, принятых данным коллективом.

Все перечисленные составляющие являются инструментами «интеграции системы и уменьшения социальной конфронтации, сглаживания социального неравенства и достижения согласия (партнерства) между основными социальными силами» [2, с. 151]. С их помощью легче выстраивать командную работу, достичь гармоничной атмосферы в коллективе. Корпоративная культура существует независимо от того, насколько часто о ней вспоминают участники деятельности.

Стоит отметить, что при этом для поддержания и совершенствования культуры общеобразовательной организации необходимо привести в соответствие друг другу цели, стратегии, условия внешней и внутренней среды. Вся стратегия должна быть разбита на задачи, которые создают обширное поле деятельности и

позволяют выявить наиболее приоритетные направления в развитии организации в тот или иной временной промежуток. Определившись с фактическим и идеальным представлением культуры предприятия, руководство может выстраивать логическую последовательность принимаемых решений в целях достижения результата, максимально приближенного к желаемому [3, с. 35].

Таким образом, руководители образовательных учреждений должны осознавать, что они являются моделями для своей организации. Их личные качества, стиль руководства и атмосфера, которую они создают, влияют на формирование корпоративной культуры внутри учреждения. Ярким примером является генеральный директор и его ближайшие сотрудники. Если руководители проявляют лидерские качества, поддерживают открытость, коммуникабельность, эмпатию и уважение, то это отразится на целом коллективе и, соответственно, на корпоративной культуре в организации. Аналогично, если руководители обнаруживают неэффективные модели поведения, это может привести к отрицательным последствиям, таким как недобросовестность, конфликты и низкая мотивация сотрудников.

Руководство должно уметь эффективно коммуницировать с сотрудниками, открыто делиться информацией, поддерживать диалог и создавать атмосферу взаимного доверия. Образец поведения руководителя, особенно в критических ситуациях, может существенно влиять на формирование корпоративной культуры и мотивацию персонала.

Важно отметить, что руководители должны создавать условия для развития и поддержки новых идей. Организации, которые стимулируют творчество и инновации, способствуют созданию разносторонних и интересных корпоративных культур. Руководители должны поощрять и включать сотрудников в процесс принятия решений и давать возможность высказывать свои мнения и предложения. Это поможет повысить уровень участия сотрудников в жизни учреждения и укрепить корпоративную культуру.

В свете конкурентного образовательного рынка, развития технологий и удовлетворения потребностей обучающихся, создание сильной и эффективной корпоративной культуры становится необходимостью.

Во-первых, корпоративная культура способствует развитию коллективного самосознания образовательной организации и ее сотрудников. Она формирует общую идентичность, культурные и ценностные основы, на которых строятся все процессы и взаимодействие внутри общества учебного заведения. В результате, работники образовательной организации воспринимают себя частью одной команды, что повышает ее сплоченность, эффективность и позволяет достигать поставленных перед ними целей. К тому же, коллективное самосознание позволяет участникам образовательного процесса создавать позитивную работоспособную энергию, влиять на организационные изменения и принимать рациональные решения.

Во-вторых, корпоративная культура важна для формирования ценностей и этических принципов, на которых основывается образовательная организация. Она помогает разрабатывать и консолидировать уникальные цели, миссию и видение учебного заведения, отражающие его идеалы и установки. Наличие целостной системы ценностей обеспечивает информационно-ценностную идентификацию субъектов образовательного процесса и формирует их взгляды на важность образования в развитии индивидуальности и общества в целом. В результате, студенты и сотрудники организации принимают эти ценности как свои, что способствует лучшему освоению знаний и целостному развитию, а также формированию гражданской ответственности и этических принципов.

В-третьих, корпоративная культура оказывает влияние на процесс привлечения, развития и удержания персонала. Образовательная организация с активной и привлекательной корпоративной культурой становится привлекательным местом работы для талантливых специалистов. Важно отметить, что при наличии сильной корпоративной культуры, новые сотрудники легче вливаются в коллектив, а также осваивают необходимые компетенции и знания для эффективной работы. Кроме того, наличие стабильной корпоративной культуры помогает

предотвращать текучесть кадров и создает условия для профессионального роста и развития.

Таким образом, корпоративная культура занимает одну из ведущих ролей в управлении общеобразовательной организации. Только руководитель, обладающий определенными навыками и компетенциями способен обеспечить высокий уровень соблюдения сформированных в организации норм поведения, правил и ценностей.

### ***Список литературы***

1. Асеева М.А. Роль корпоративной культуры в повышении эффективности деятельности организации / М.А. Асеева, О.В. Глеба, А.Л. Золкин [и др.] // Управленческий учет. – 2021. – №3–1. – С. 224–229. EDN ВУРНОО

2. Зубова Т.В. Роль корпоративной культуры в образовательном учреждении / Т.В. Зубова // Проблемы современного педагогического образования. – 2019. – №65–1. – С. 63–66. EDN F1YETA

3. Кузьменко Н.И. Формирование корпоративной культуры образовательной организации / Н.И. Кузьменко // Территория науки. – 2017. – №3. – С. 34–36. EDN ZEKYFL

4. Кульневич С.В. Образовательный маркетинг в школе / С.В. Кульневич, В.И. Мигаль, Е.А. Мигаль [и др.] // Управление современной школой. – Вып. 7. Практическое пособие для руководителей, методистов, учителей и преподавателей средних общеобразовательных и специализированных учреждений, студентов педагогических учебных заведений, слушателей ИПК. – Ростов н/Д.: Учитель, 2005. – 192 с.

5. Салаватова А.М. Государственно-общественное управление образовательной организацией / А.М. Салаватова // Образовательный вестник Сознание. – 2022. – Т. 24. №3. – С. 25–31. – DOI 10.26787/nydha-2686-6846-2022-24-3-25-31. – EDN PIBHQW.