

**Петросян Р.А.**

*к.псих.н., доцент*

*декан факультета Психологии образования и социологии  
и/о кафедры Психологии развития и образования,*

*АГПУ имени Х.Абовяна*

*petrosyanruzanna23@aspu.am,*

**Макичян С.А.**

*к.псих.н., доцент*

*кафедра Психологии развития и образования,*

*АГПУ имени Х.Абовяна*

*makichyansona23@aspu.am,*

**Шахназарян А.Г.**

*Аспирантка АГПУ имени Х.Абовяна*

*кафедра Психологии развития и образования*

*shahnazaryan96@yandex.ru*

## **КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЕМ**

*Статья актуализирует проблему управления корпоративной культурой организации в образовательной сфере. В условиях социально-экономических преобразований организационная культура становится важным фактором обеспечения эффективности и конкурентоспособности организаций. Более пристальное внимание уделяется формированию организационной культуры и формулировке ее ключевых составляющих, например, миссии университета и факультета, видению, основным ценностям и направлениям развития. Эти составляющие анализируются на примере педагогического вуза.*

*Ключевые слова: педагогический вуз, модель, миссия, видение, ценности.*

Актуальные мировые тенденции развития общества диктуют свои требования к разным областям науки и образования. Социально-экономическое развитие армянского общества требует принципиально нового подхода к анализу происходящих в нем процессов. В сложившейся ситуации проблема повышения уровня и качества общественной жизни и, в частности, образования в Армении относится к числу проблем, требующих незамедлительного и эффективного, первоочередного решения. Современные организации основаны на знаниях, и их успех зависит от гибкости и инноваций. Эффективная реакция на эти требования приводит не только к изменениям в людях и их поведении, но и к новаторским изменениям в организациях, обеспечивающих их существование. Создание инновационных и адаптируемых структур играет важную роль в этом процессе изменений для выживания.

В условиях социально-экономических преобразований организационная культура стала важным фактором обеспечения эффективности и конкурентоспособности организаций. Исследования в этой области подтверждают, что эффективная деятельность организации характеризуется

организационной культурой на высоком уровне развития. Таким образом, для повышения конкурентных преимуществ организаций, осуществляющих эффективную деятельность их культура должна стать ключевым компонентом в этом процессе.

Существует ряд классических моделей корпоративной культуры, в основе которых лежат разные критерии классификации: кросс-культурные различия (Г. Хофстеде, Г. Минцберг, Ф. Тромпенаарс и Ч. Хэмпден-Тернер, Ф. Клулхон и Ф.Л. Штротбек, Г. Лейн, Дж. Дистефано и Н. Адлер, Ш. Шварц), ценности, отношения, личностные качества и особенности поведения (Манфред Ф.Р., Ке де Ври и Д. Миллер, С. Медок и Д. Паркин, Р.Р. Блейк и Д.С. Моутон, С.Г. Абрамова, И.А. Костенчук), система распределения власти, полномочий и ответственности (Ч. Ханди, Р. Акофф, Д. Коул, Т.Ю. Базаров, Я. Хармс, Г. Харрисон), организационно-функциональные параметры и особенности взаимодействия с внешней средой (М. Бурке, Т. Дил и А. Кеннеди, К. Камерон и Р. Куинн, Д. Зоненфельд, Л. Константин, Р. Гоффи и Г. Джонс, Л. Нельсон и Ф. Бернс, Л.И. Уманский Т. Парсон) [4]. Для нас особый интерес представляет модель Д. Денисона, которая как и модель Камерона-Куинна рассматривает культуру в двух измерениях: направленность активности (внутренний/внешний фокус), способность реагировать на изменение внешней среды (гибкость/стабильность). Модель оформлена в виде круговой диаграммы из четырех секторов. Каждый сектор соответствует одной из составляющих корпоративной культуры: миссия (mission), способность к адаптации (adaptability), вовлеченность (involvement), согласованность (consistency). Каждую характеристику Денисон дополнительно разделяет на три качества (индикатора), оценивая таким образом 12 параметров [5].

Организации и их лидеры пытаются создать институциональную структуру, в которой новые способы мотивации людей и совершения действий будут приняты в качестве основных культурных норм в разгар технологических и социальных изменений. Организационная культура, по видимому, влияет на то, насколько люди идентифицируют себя и открыты к изменениям в организациях, включая высшее образование. Студенты начинают идентифицировать себя с университетом, поскольку он выступает в качестве информатора и субъекта взаимодействия. Когда университет говорит о своей миссии, он говорит о помощи студентам. Преподаватели и администраторы должны исходить из того, что студент — это ученик, который должен доверять учебному заведению, в котором он учится. А сам процесс обучения - личная трансформация студента, который развивается и приобретает знания, умения и навыки, готовится стать специалистом, т.е. продвигается к готовому продукту, но продукту по собственному выбору.

Считается, что недооценка гармоничного сочетания личностных и организационных ценностей в структуре личности субъектами управления вузов приводит к снижению эффективности корпоративной культуры. В этих условиях особый интерес представляют исследования, позволяющие изучать развитие организационных систем, способствующих эффективному развитию организаций.

Высшее учебное заведение - это крупная отраслевая организация с большим количеством структурных подразделений и отделов. Это один из основных звеньев системы высшего образования, объединяющей тех, кто создает, использует, воспроизводит, хранит знания. Специфику ВУЗа определяет его основная деятельность - образовательная, главная задача которой - воспитание и подготовка специалистов, конкурентоспособных на мировом рынке.

Являясь сложной структурной единицей, выполняющей образовательные, воспитательные, научные, социальные, хозяйственные функции, ВУЗ имеет и достаточно сложную систему управления. В качестве главных особенностей высшего учебного заведения как сложно организованной системы, сопоставимой по своим масштабам с предприятиями производственной сферы, С.Д. Резник и О.А. Сазыкина выделяют следующие его характеристики:

1) множественность целей деятельности ВУЗа и сложность системы взаимосвязанных процессов, так как в состав ВУЗа входят разнообразные структурные подразделения, взаимодействующие, в том числе, с внешними учреждениями, организациями и предприятиями;

2) многоконтурность системы ВУЗа и тесная взаимосвязь управляемых процессов. Управление в ВУЗе какой-либо конкретной сферой необходимо рассматривать как многоаспектное и многосвязное управление, требующее тесной координации управленческих решений между различными направлениями деятельности;

3) большая часть управляемых процессов начинается в ВУЗе, а заканчивается за его пределами. То есть управление ВУЗом - это управление с глобальной обратной связью, как правило, через внешнюю среду, в которой проявляются результаты деятельности ВУЗа, формируется его имидж, складывается его авторитет как образовательного, научного и культурного центра;

4) высокая инерционность ВУЗа как системы, так как результаты деятельности ВУЗа проявляются через достаточно большой интервал времени;

5) широкое использование в деятельности ВУЗа информационных технологий [3: с.245].

В настоящее время в Армении перед ВУЗами поставлена задача повышения их конкурентоспособности, что актуализируют проблему повышения эффективности деятельности ВУЗов. И ключевым фактором решения этой задачи, как мы понимаем – это организационная культура

Корпоративная культура определяет, какие традиции и обычаи существуют в компании, какая внутренняя культура должна быть у сотрудников компании, определяется приемлемая для компании деловая культура. Если корпоративная культура компании определяет, какой внутренней культурой должны обладать сотрудники компании, то на этапе собеседований и отбора новых сотрудников необходимо учитывать корпоративную культуру компании и выбирать будущего сотрудника таким

образом, чтобы он соответствовал корпоративной культуре, принятой в компании.

Корпоративная культура – это атмосфера в компании. Она может формироваться как в результате долгих дискуссий и продуманных действий, так и на основе обычаев, традиций, привитых сотрудниками годами, регулярно повторяющихся явлений, приемлемых для большинства и совпадающих с интересами и целями компании.

Корпоративная культура диктует:

1. Уровень мотивации сотрудников,
2. Репутацию фирмы и заинтересованность в ней,
3. Репутацию и поведение каждого сотрудника на рабочем месте,
4. Эффективность работы и производительность,
5. Качество работы, выполняемой сотрудником,
6. Качество и уровень рабочих отношений,
7. Отношение сотрудников к компании и работе,
8. Творческий потенциал сотрудников.

Армянские университеты ощутили необходимость формирования организационной культуры относительно недавно. Этому способствовал тезис, согласно которому культура ВУЗа влияет на его конкурентоспособность на рынке образовательных услуг, и является основой формирования имиджа учебного заведения. Социально-психологических исследований в этой сфере в армянской реальности очень мало. Более пристальное внимание стало уделяться формированию организационной культуры, формулировке ее ключевых составляющих, например, миссии университета, основным ценностям и направлениям развития. Эти составляющие организационной культуры отражены в стратегическом плане университета и, в частности, факультетов.

Армянский государственный педагогический университет имени Хачатура Абовяна (АГПУ) является высшим учебным заведением, миссия которого сформулирована в стратегическом плане развития 2022-2025гг. [2]. Руководствуясь миссией, ценностями и направлениями развития университета была сформулирована также *миссия факультета* Психологии образования и социологии. Это подготовка специалистов, психологов, в частности педагогов-психологов, социальных педагогов, социологов и социальных работников в сфере образования, социальных и гуманитарных наук для национального и международного рынка труда, обладающих конкурентоспособными, устойчивыми профессиональными знаниями, способностями и навыками, способных нести социальную ответственность и гуманитарные ценности, на разных образовательных степенях /бакалавр, магистр, исследователь/. Деятельность факультета направлена на формирование образовательных результатов за счет объединения теоретических и практических знаний в личностно-ориентированной среде, что обеспечивают гибкие образовательные программы. Студенты факультета, работая с отечественным и зарубежным опытом и проводя исследования в образовательной, социальной,

гуманитарной сферах, смогут перейти на следующую ступень образования и непрерывно развивать профессиональные практические навыки и умения.

*Видение факультета* психологии и социологии образования состоит в том, чтобы сделать факультет ведущим, ключевым образовательным центром, который обеспечивает инновационные, практические исследовательские возможности, дает знания и прививает универсальные ценности в образовательных услугах в профессиональных областях психологии, в частности в психологии образования, социальной педагогике, социологии и социальной работе.

Основополагающие ценности университета и факультета:

1. *Свобода и партнерские отношения сотрудничества.* Важную роль имеют партнерские отношения всех заинтересованных сторон, принятие решений, соблюдение принципов плюрализма и демократии. На факультете допускается свобода выбора форм и методов обучения. Особое внимание уделяется связям с общественностью, особенно в рамках профессиональной поддержки.

2. *Студентоцентрированное образование и учебно-образовательный прогресс.* И для вуза, и для факультета ключевыми являются студентоцентрированное обучение и образовательная успеваемость студента, учебные достижения, основанные на знаниях, его удовлетворенность учебой и обеспечение индивидуальной профессиональной траектории развития. Факультет ориентирован на разработку социально-гуманитарных образовательных программ, обеспечивающих подготовку конкурентоспособных специалистов, адекватных требованиям и государственных стандартов, и современного трансформирующегося общества.

3. *Культура сообщества и социальной ответственности.* Факультет ценит командные отношения сотрудничества между всеми заинтересованными сторонами, что обеспечивает эффективность работы и подотчетность. Факультет постоянно подчеркивает академическую честность и хорошее поведение, представляя свою деятельность, обеспечивая обратную связь с общественностью;

4. *Доступное и высшее образование.* Факультет с его высококвалифицированным преподавательским составом обеспечивает качественное образование студента.

5. *Инновации и самосовершенствование, обеспечение качества образования.* Ключом к успеху университета и факультета является принятие образовательных вызовов современного общества и систематическое применение инновационных подходов.

Корпоративная культура нашего вуза обеспечивается также принятыми нормативно-правовыми актами, в частности *Политикой обеспечения доброжелательности в университете* и *Положением об этике поведения Фонда "Армянский государственный педагогический университет им. Х. Абовяна"*. Основные Положения Политики обеспечения доброжелательности в университете - равные возможности, свобода слова, собраний и ассоциаций,

противодействие коррупции и незаконной деятельности, управление рисками. Основные пункты *Положения об этике поведения* в нашем университете определяют принципы, стратегии и средства соблюдения норм, общие правила поведения студентов и сотрудников в вузе, особенности поведения профессорско-преподавательского состава и студентов вуза, особые правила поведения сотрудников и студентов в вузе, дисциплинарную ответственность.

Деятельность организаций отличается разнообразием, а отношения внутри них сложны и многогранны. Постоянное внимание к корпоративной культуре, к совершенствованию законодательной и административно-правовой базы и формированию морально-этических основ взаимодействия позволяют повысить управляемость и эффективность компаний.

Для внедрения наилучшей корпоративной культуры, прежде всего, следует признать, что это трудоемкий, непрерывный процесс, который необходимо время от времени возвращать и пересматривать, культура не должна быть искусственной, стандарты, установленные она должна обеспечивать динамичное развитие компании.

В то же время удивительно, что с возрастающей ролью культуры корпоративного управления мы мало интересуемся управлением организациями как культурой управления. Вопрос о влиянии культуры корпоративного управления на успех организации остается открытым. Очень часто приходится сталкиваться если не с отсутствием, то как минимум с низким уровнем корпоративной культуры в управлении предприятиями или учебными заведениями. Это предполагает большие потери, которые, однако, внешне не наблюдаются, поскольку никак не учитываются в системе показателей ни производственных, ни других организаций.

Исходя из всего этого, становится актуальным изучение корпоративной культуры управления организацией. во-первых, необходимость интеграции накопленного теоретического и эмпирического материала в рамках социально-психологических знаний по проблемам изучения корпоративной культуры, управления и методов ее формирования; во-вторых, в недостаточной изученности проблем, связанных с влиянием корпоративной культуры управления на деятельность предприятия и других организаций; в-третьих, с необходимостью уточнения и уточнения основных методологических позиций, поиска и обоснования перспективных направлений решения важнейших проблем развития организаций Республики Армения с учетом корпоративной культуры управления; в-четвертых, в важности социально-психологической диагностики и оптимизации процесса управления и приоритетного процесса совершенствования и обновления формирования корпоративной культуры управления организацией.

#### *Список литературы*

1. Абрамова С.Г., Костенчук И.А. О понятии "корпоративная культура". - М., 2005.- 184 с.

2. Стратегический план развития АГПУ имени Х.Абовяна (2022-2025гг.) [https://aspu.am/website/images/files/Razmavarakan%20cragir\\_2020-2025.pdf](https://aspu.am/website/images/files/Razmavarakan%20cragir_2020-2025.pdf)
3. Управление высшим учебным заведением /Под ред. С.Д. Резника, В.М. Филиппова. - М.: ИНФРА-М, 2018. - С. 245.
4. Щуров В.А., Комиссаров А.В. Введение в классическую теорию корпоративной культуры: <https://cyberleninka.ru/article/n/vvedenie-v-klassicheskuyu-teoriyu-korporativnoy-kultury/viewer>
5. Daniel R. Denison. Corporate Culture and Organizational Effectiveness/  
[https://www.researchgate.net/publication/274649299\\_Corporate\\_Culture\\_and\\_Organizational\\_Effectiveness](https://www.researchgate.net/publication/274649299_Corporate_Culture_and_Organizational_Effectiveness)