

Модель корпоративной культуры в исследовательском университете
Саинова Акбота Бейсенбайкызы

Студент

КАЗНУ им аль-Фараби, Философии и политологии, Алматы, Казахстан

E-mail: baha_446@mail.ru

Актуальность данной темы обусловлена повышением роли корпоративной культуры в развитии высшего профессионального образования. Современные вузы должны рассматривать корпоративную культуру как ключевой и мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения и отдельных лиц на решение общих задач, мобилизовать инициативу сотрудников и обеспечить их эффективное взаимодействие. Также является очень важным совпадение вектора корпоративной культуры с тактическими и стратегическими целями развития вуза.

Феномен "корпоративная культура" стал активно изучаться зарубежными учеными в 80-х гг. прошлого века. Однако данные исследования касались лишь определения понимания сущности и типологий корпоративной культуры, ее роли и функций для интеграции и развития организаций. С точки зрения конкурентной среды корпоративная культура требует систематизированного осмысления как фактора для дальнейшего развития и укрепления конкурентных преимуществ организации.

В данном случае корпоративная культура является мало изученной темой применительно к образовательным организациям, в частности высших учебных заведений. Данной направлению науки существует в виде частичных исследований, что характеризует недостаточность научно-прикладной разработанности механизмов и технологий формирования и изменений корпоративной культуры в вузах. Исходя из этого, на практике исследование корпоративной культуры в Казахстане также является мало изученным феноменом, что до сегодняшнего дня не являлось предметом отдельных, направленных на исследование корпоративной культуры. Поэтому конкретные задачи по социальной модернизации высшего образования, поставленные Президентом Республики Казахстан Н.А. Назарбаевым, а также процессы трансформации ведущих вузов в инновационные университеты и их реальному включению в индустриально-инновационное развитие страны повышают роль корпоративной культуры в развитии высшего профессионального образования. Существует необходимость теоретического и практического изучения феномена корпоративной культуры вуза и ее культурных особенностей.

Традиционно соединение науки и образования в стенах университета начинается с немецкой модели высшего образования, которая в рамках Берлинского университета сформировала исследовательскую (или гумбольдтовскую) модель высшего образования. Постепенно направленность университетской культуры на единство получения научного знания и его трансляцию в рамках учебного процесса проникла в американскую традицию, где ассимилировалась под потребности именно американского общества. Немецкая традиция исследовательского университета в американской культуре середины XX века трансформировалась под модель предпринимательского университета, где девиз «Публикуйся, или погибай» стал основой не только развития научно-исследовательской деятельности, но и инновационно-предпринимательской, когда публикации создавались на основе результатов прикладных исследований, которые могли

бы быстро принести прибыль и университету, и самому исследователю.

Все университеты уникальны, каждый имеет свою собственную историю, организационную структуру, сложившуюся систему коммуникаций, процедуры принятия управленческих решений, внутриорганизационные ритуалы, легенды и мифы, которые в своей совокупности и образуют уникальную корпоративную культуру. Большинство вузовских культур складывались как бы сами по себе, как свод неписанных норм и правил. Вместе с тем, сегодня вузовские управленцы, признавая важную роль и влияние корпоративной культуры, стремятся активно управлять процессом ее развития, создавать наиболее желаемый для вуза тип корпоративной культуры. Значение корпоративной культуры для вуза чрезвычайно велико: она дает возможность сотрудникам идентифицировать себя с университетом («университетский человек»), успешно адаптироваться новым сотрудникам в систему норм и ценностей вуза, формирует стандарты поведения людей и их ответственность за их выполнение. Ряд наиболее существенных характеристик корпоративной культуры выделенных моделей университетов перечислен ниже:

Исследовательский университет - Особое значение придается моральному климату и заботе о членах группы. Высокая степень ценностного единства, сплоченности и согласия с ориентацией на долгосрочные цели.

Предпринимательский университет - Динамичность и предпринимательство. Склонность к риску как на уровне лидеров, так и исполнителей. Установка на рост, обретение новых ресурсов и операционную успешность, проникновение на новые рынки, рыночное лидерство, увеличение рыночной доли.

Региональный университет - Сочетание ряда разных корпоративных культур. Лидеры и исполнители стремятся к поиску компромиссов, основанных на общих интересах и целях.

Современный университет полифункционален и многозначен. Среди основных системообразующих направлений и функций – обучающая, исследовательская, профессиональная, сервисная, культурная и гуманистическая. Современные университеты объединяют в себе три совершенно разных компонента: культуру, политику и рынок. Взаимовлияя друг на друга, они дают возможность сформировать новый образ университета. Формирование и развитие организационной культуры вуза – это достаточно длительный процесс, который целенаправленно осуществляется его руководством, в соответствии с задачами долгосрочной и среднесрочной стратегии развития в условиях рыночной нестабильности, с необходимостью придания высшему учебному заведению большей предпринимательской направленности его деятельности. Мировые исследовательские университеты сочетают в себе обучение, исследование, инновации и их внедрения в систему образования. Также особое внимание уделяется научным исследованиям в плане корпоративной культуры как среды формирующей новые знания, которые в последующем трансформируются в инновационные отрасли.

Литература

1. Майер Г. В. О критериях Исследовательского университета // Университетское управление: практика и анализ. - 2003. – № 3(26).
2. Сорокина И. Предпринимательский университет (Шведский опыт) // Высшее образование в России. – 2002. - № 3.

3. 3. Verri G. Challenges to Academia in a Time of Globalization // Higher Education in Europe.
4. 4. Захаров, И.В. Джон Ньюмен и его модель идеального университета / И.В. Захаров, Е.С. Ляхович // Alma mater. – 1993. – № 1. – С. 36-45.