

Образовательные программы как инструмент формирования организационной культуры

Научный руководитель – Зырянов Владимир Викторович

Одинова Анастасия Дмитриевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: tuxa-o@yandex.ru

Значимость своевременной реакции на изменения внешней среды со стороны организаций продиктована необходимостью их выживания. Чтобы поддерживать конкурентное преимущество организации должны быть ориентированы на потребности клиентов и обеспечивать их удовлетворение уникальными способами. Если структура организации направлена на определение индивидуальных обязанностей каждого конкретного человека в рамках рабочего процесса и достижения поставленных целей, то культура подразумевает гарантию того, что сотрудники выполняют эти обязанности с минимальным сопротивлением.

Организационная культура представляет собой набор значимых базовых представлений, норм, ценностей, образцов поведения, разделяемых большинством членов организации или ее активным ядром. С функциональной точки зрения она выступает в качестве внутреннего регулятора, программирует организационное поведение на символическом уровне [1]. Культура - явление иерархичное, включающее в себя несколько уровней. Она состоит из:

- артефактов;
- провозглашаемых ценностей;
- базовых представлений [6, с.36].

Культура организации формируется по мере того, как организация сталкивается с внешними и внутренними проблемами и учится с ними справляться. Когда способ ведения бизнеса организации обеспечивает адаптацию к вызовам среды и успех, эти ценности сохраняются. Данные ценности и способы ведения бизнеса передаются новым членам в качестве ценностей, норм, способа поведения в рамках компании.

В настоящее время особое внимание при формировании организационной культуры уделяют образовательным инструментам, что связывают с изменениями в понимании обучения. Сегодня обучение сопровождает человеческую деятельность на протяжении всей жизни и становится неотъемлемой частью работы, превращается в новую форму труда [4, с.7].

Согласно результатам исследований, наибольшую заинтересованность в обучении проявляют руководители - 54 %: 14% занимаются формальным образованием, 40% дополнительным, 51% самообразованием. Затем - специалисты без управляющих функций - 45%: 9% включены в процесс формального образования, 26% дополнительного и 42% в процесс самообразования. Среди служащих популярность непрерывного образования ниже - 31% опрошенных являются вовлеченными, при этом 8% опрошенных данной категории получают формальное образование, 16% дополнительное и 29% самообразование. Низкая

степень участия свойственна людям рабочих специальностей - 25% опрошенных. В данной категории распределение следующее: 7% занимаются формальным образованием, 12% дополнительным и 19% самообразованием [5, с.12].

Среди основных тенденций развития компаний выделяют их направленность на самообучение. Интерес к исследованию самообучающихся организаций проявил П. Сенге, выделивший инструменты создания подобных компаний. Понимание персонала как источника развития позволило создать ряд механизмов: личное совершенствование, групповое обучение, диалог, совместное видение, системное мышление и интеллектуальные модели. [2, с.24]. По мнению исследователя, именно активное участие работников в деятельности компании, их желание и готовность обсуждать проблемы организации способно сделать ее саморазвивающейся. Для этого необходимо постоянное совершенствование и самосовершенствование кадров, их объединение для взаимного обучения, коллективное обсуждение возникающих затруднительных ситуаций, формирование организационной миссии и вовлечение всех членов компании в ее реализацию, использование системного подхода при планировании деятельности, а также комплекса представлений - составление интеллектуальных моделей.

Можно выделить различные типы корпоративного обучения. В зависимости от уровня обучения выделяют:

- обучение на уровне компании, целью которого является трансляция стратегии организации. Например, если составной частью компании является клиентоориентированность, то в учебном плане должен быть предусмотрен раздел по обучению работе с клиентами;
- обучение на уровне подразделения, направленное на выполнение бизнес-планов. Например, если задачей подразделения является разработка какого-то процесса, то должно реализовываться обучение персонала данному процессу.
- обучение на уровне сотрудника, задачей которого является обеспечение соответствия между функциональными обязанностями и корпоративными компетенциями. Результатом будет являться оценка эффективности работника [3, с.10].

Взаимосвязь корпоративного образования и корпоративной культуры находит свое отражение в том, что доминирующая культура компании включает в себя профессиональную образованность сотрудников в сферах, которые связаны с корпоративными интересами и должностными обязанностями в их пределах. При развитии организации появляется необходимость повышения уровня профессиональной образованности сотрудников, что приводит к развитию доминирующей корпоративной культуры.

Источники и литература

- 1) Гавриленко О.В. Управление компанией: особенности формирования корпоративной культуры // Лизинг. — 2011. — № №8. — С. 43–50. URL: <https://istina.msu.ru/publications/article/829460/> (дата обращения: 01.03.21)
- 2) Гузева Е.М. Тенденции изменения менеджмента при управлении креативностью персонала // Вопросы инновационной экономики. — 2011. - №9.
- 3) Долженко Р.А. Система корпоративного обучения: содержание, место в системе образования и основные подходы к реализации в компании // Педагогическое образование в России, 2017. - №3

- 4) Зырянов В.В., Одинова А.Д. Социологическая оценка возможностей реализации концепции «обучение в течение жизни» в современной России // Вестник Удмуртского университета, 2020. – Т.4, № 1, с. 7-19.
- 5) Становление в России непрерывного образования: анализ на основе результатов общероссийских опросов взрослого населения страны. Информационный бюллетень. – Москва: НИУ «Высшая школа экономики», 2017. – 28 с. – (Мониторинг экономики образования; № 5 (104).
- 6) Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. – СПб: Питер, 2002. – 336 с: ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента»).