

УДК 378:338.24

**КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА УНИВЕРСИТЕТА  
НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ**

Г. Я. АЛЕКСЮТИНА, С. О. КАМИНСКАЯ

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

Конкуренция в сфере образования требует трансформации университета, перехода к новой модели. В Беларуси к реализации новой концепции «Университет 3.0» приступили семь университетов, в том числе и Белорусско-Российский университет. Для успешной интеграции образовательной, научно-исследовательской и предпринимательской деятельности университету нужны преобразования на всех уровнях.

Изменение модели университета, какой бы она ни была (исследовательского, инновационного, предпринимательского и др. типа), вносит преобразования и в культуру организации. В рыночных условиях многие социальные и профессиональные объединения строят свою деятельность на основе корпоративных отношений. Корпоративная культура, являясь основным компонентом в выполнении миссии любой организации, повышает эффективность ее деятельности. Она представляет собой базовый элемент ее имиджа, влияет на конкурентоспособность. Недооценка значимости корпоративной культуры, игнорирование необходимости ее преобразования рано или поздно приведет к снижению престижа и продуктивности деятельности организации. Слабая корпоративная культура может привести к кризису организационной структуры при отсутствии систематической и целенаправленной работы по ее развитию и адаптации к изменяющимся условиям.

Корпоративная культура университета может стать эффективным инструментом достижения новых стратегических целей. Изменение культуры организации – процесс довольно сложный, требующий реализации некоторых шагов.

Целесообразно в первую очередь проведение детального теоретического и практического изучения текущего состояния корпоративной культуры вуза, диагностики критериев ее эффективности. Причем следует отметить, что данный процесс не потребует дополнительных вложений, поскольку компетентные специалисты по вопросам психолого-педагогической и социологической диагностики уже есть в штате университета. Диагностика корпоративной культуры позволит выделить ее специфику, наметить план преобразований на всех ее уровнях (внешнем, ценностном и базовом), спрогнозировать результаты. Поэтапное внесение изменений позволит привести уровень культуры университета в соответствие с его новыми целями и задачами.



Следующим важным шагом станет создание нормативной базы по корпоративной культуре вуза. В ней будут подробно изложены ценности, цели и стратегии, правила корпоративной этики, культуры деловых и межличностных отношений. Необходимо сохранять, закреплять и пропагандировать те нормы и ценности, которые реально показали свою эффективность в решении стоящих перед вузом задач, зафиксировать их в виде образцов, моделей поведения всего университетского сообщества (культурный запас вуза).

Развитие и поддержка феномена лидерства на всех уровнях управления, наличие «команды» и благоприятный социально-психологический климат в коллективах – признак здоровой корпоративной культуры организации. Идею корпоративности как высшей степени интеграции может и должен пропагандировать каждый сотрудник (например, в Белорусско-Российском университете основано сообщество выпускников «Планета»). В некоторых вузах эта функция также выполняется профессионалами – менеджерами по корпоративной культуре.

Любые изменения в корпоративной культурной парадигме будут осуществимы только в том случае, если у всех сотрудников будут четкие представления о новой модели вуза и реальные полномочия для ее реализации. Для этого необходимы демократичные коммуникативные сети, поддержка инициативности и готовности к инновационной деятельности. Студенты – научный и культурный потенциал университета. Важно формировать у них творческие амбиции, бизнес-компетенции, профессиональные и личностные качества, необходимые для реализации предпринимательского потенциала, вовлекать их в коммерческую научно-исследовательскую работу.

Необходимо расширить арсенал средств по развитию корпоративной культуры. В вузах этот процесс может ограничиваться подбором сотрудников необходимой квалификации, проведением корпоративных праздников и мероприятий, которые порой носят чисто формальный характер.

Эффективным средством формирования культуры ППС и сотрудников является содержание внутривузовского повышения квалификации. В Белорусско-Российском университете на базе Института повышения квалификации и переподготовки кадров разработаны и реализовываются программы курсов повышения квалификации «Организационная и корпоративная культура современного вуза: формирование, поддержание и развитие» для всего университетского сообщества.

Реализация этих и других шагов будет способствовать воплощению основной цели корпоративной культуры – выстраиванию устойчивой системы координат между общественной и университетской средой.

