

## **ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ВУЗА: КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД**

**Гулей И.А.,**

**научный руководитель докт. соц. наук Шаповалова И.С.**

***НИУ «Белгородский государственный университет»***

Проблема формирования и развития организационной культуры в вузе на сегодняшний день стала наиболее актуальной в связи с модернизацией системы высшего образования в России. Положение отдельного вуза на рынке образовательных услуг является «точкой развития» учебного заведения. В связи с этим, многие вузы разрабатывают и внедряют стратегии развития на несколько лет вперед, что в будущем оправдывает понесенные затраты (социальные, экономические, психологические). Именно показатели развития организационной культуры являются одними из первостепенных задач программ развития университетов.

Изучение организационной культуры университетов как самостоятельное направление исследований началось совсем недавно, но уже имеет достаточно прогрессивный характер. Примечательно и то, что сегодня не только теоретики активно занимаются детальным изучением феномена организационной культуры и степенью его влияния на развитие учебного заведения, но и непосредственно руководители вузов анализируют и в отдельных случаях оценивают показатели организационной культуры как одни из первичных для формирования современного вуза.

Бесспорно, что организационная культура представляет собой изменяющийся организм, поддерживаемыми органами которого являются исторически сложившиеся базовые ценности организации, впоследствии ставшие основой для выработки конкретных действий на внешние факторы. Данные ценности должны транслироваться каждому члену коллектива и новичку организации на основе символических средств для полноценного входа его в систему организации.

Изучение организационной культуры с точки зрения профессиональной подготовки специалистов необходимо как для оптимизации параметров образовательных процессов в вузах, так и для повышения эффективности деятельности молодых специалистов на предприятиях и в организациях.

Организационная культура воздействует на каждого студента во время его адаптации, развития, психологического роста и обучения в вузе. Но как же организационная культура отражается в дальнейшей жизни специалиста? Ответ на этот вопрос достаточно прост. Организационная культура и после окончания вуза находится в неразрывной взаимосвязи работником как объектом профессиональной деятельности (Рис.1). Потенциальный работник в период обучения в вузе «потребляет» исторически сложившиеся ценности вуза, участвует в устоявшихся и развивающихся традициях вуза, соблюдает нормы и правила поведения в вузе, адаптируется в обществе с помощью различного рода символики вуза и т. д. В свою очередь организационная культура вуза, являясь почвой для развития и социализации молодого человека, становится неотъемлемым источником позиционирования студента в процессе трудоустройства и профессиональной деятельности. В дальнейшей профессиональной деятельности специалист привносит сформированную в период обучения в вузе организационную культуру в трудовую деятельность. В этом случае организационная культура, Данный феномен специфического развития организационной культуры можно назвать клиентоориентированной организационной культурой. Именно клиентоориентированная организационная культура вуза, воздействуя на студента в

период его обучения, способна повлиять на его дальнейшую трудовую деятельность и на развитие конкретной организации в целом.

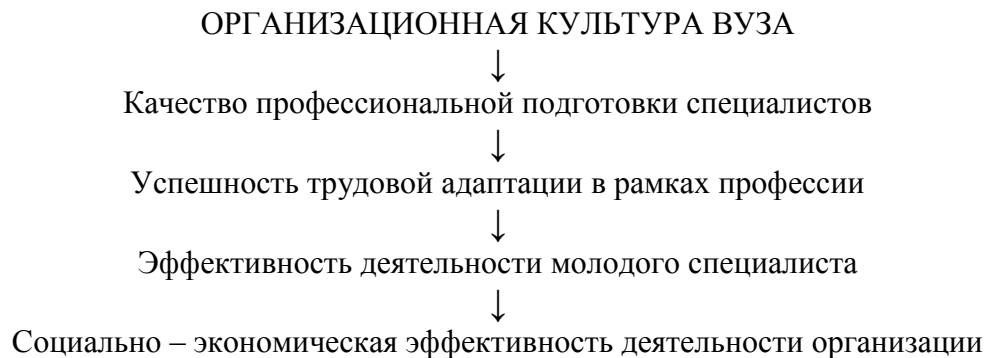


Рис.1. Влияние организационной культуры вуза на эффективность деятельности организации

Успех на высококонкурентном образовательном рынке обеспечен тому вузу, который имеет четкую концепцию и стратегию своего развития, ориентированное, прежде всего на обеспечение высокого качества подготовки специалистов, создание положительного имиджа и высокой репутации, как самого вуза, так и его выпускников.

Важным направлением в формировании организационной культуры является целевая подготовка, которая предполагает функционально-ориентированное обучение, позволяющее молодым специалистам в ходе прохождения производственных практик по месту будущей работы получить информацию о технологиях и оборудовании производства и навыки работы с ними. Молодые специалисты могут составить представление о принципах работы организации, получить опыт взаимоотношений в трудовом коллективе с будущими коллегами по работе. Все это способствует более успешному и в короткие сроки прохождению выпускниками вузов организационной адаптации и социализации.

Немаловажным фактором в формировании профессиональной культуры будущих специалистов является также система профориентации и трудоустройства студентов в вузе, в рамках которой проводятся прогнозные разработки потребностей в специалистах различного профиля, мониторинги требований руководителей к выпускникам, что позволяет скорректировать образовательные программы исходя из изменившихся условий на рынке труда, и готовить конкурентоспособных специалистов.

Еще одной необходимой составляющей в формировании профессиональной культуры является система непрерывного образования, которая позволяет специалистам и после окончания вуза постоянно развиваться и совершенствоваться. В эту систему входят аспирантура, докторантура, переподготовка и повышение квалификации специалистов.

Все перечисленные компоненты активно взаимодействуют в вузе и в совокупности ориентированы на формирование системного профессионального мышления специалистов, основой которого являются знания, навыки, умения, базовые ценности и образцы поведения, которые в свою очередь составляют фундамент любой организационной культуры. В результате такого комплексного подхода выпускник вуза представляет собой целостный субъект профессиональной деятельности, обладающий не только профессиональными знаниями, но и высокой профессиональной культурой, что позволяет ему успешно адаптироваться к условиям любого предприятия и быть конкурентоспособным на рынке труда.

Также данные компоненты являются непосредственной базой для формирования и развития клиентоориентированной организационной культуры, способствующей дальнейшему внедрению в конкретной организации для достижения наибольшей эффективности деятельности. И непосредственной студентами как носителями организационной культуры должны реализовываться с позиции клиентоориентированного подхода.

Таким образом, клиентоориентированный подход является наиболее практичным и эффективным как для социализации молодого специалиста, так и для развития и становления высшего учебного заведения в ходе повышенной конкуренции на рынке образовательных услуг.