

ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРА К КУЛЬТУРЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Лухтина М.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

The article describes the educational process of bachelors. And we analyze such important factor as organizational culture that has an important influence in the process of education at the Universities. By organization culture we understand the strategies and attitudes deemed constant, and prevalent throughout the workforce hierarchy. Different organizations follow different work cultures in their work place. And culture is what makes a work place an organization.

В «Национальной доктрине образования в Российской Федерации до 2025 года» одной из ведущих целей названа «подготовка высокообразованных людей и высококвалифицированных специалистов, способных к профессиональному росту и профессиональной мобильности». В условиях модернизации производственной деятельности и установления новых экономических отношений решающим фактором и важной социальной потребностью становится подготовка выпускников вузов, а именно, бакалавров, которые помимо высокой квалификации обладали бы еще высокой эффективностью профессиональной деятельности.

В основе эффективности любой деятельности лежит личная эффективность деятельности индивида. Все попытки добиться повышения социальной и экономической эффективности «в обход» повышения личной деятельности обречены на провал, так как первостепенный выбор в любой сфере деятельности – это «рабочие кадры». Но в новых социально-экономических условиях преимущественно коллективной организации труда эффективность профессиональной деятельности индивида в достаточной степени зависит от эффективности деятельности сотрудников-партнеров, то есть командной эффективности. Помимо этого, если трудовым коллективом достигнуты какие-то определенные конкурентные преимущества, то эффективность его деятельности в достаточной степени зависит от эффективности управления и использования этими преимуществами. Отсюда следует, что эффективность профессиональной деятельности выпускника вуза в значительной степени зависит не только от эффективности его личного вклада в общее дело, но в достаточной степени от того, насколько он подготовлен к деятельности в коллективе, в команде (командной эффективности), и как он обучен эффективному применению и использованию имеющихся конкурентных преимуществ. Другими словами, в современных условиях необходимости повышения качества подготовки будущего бакалавра, появляется задача развития не только эффективности личной деятельности выпускника вуза, но и формирования и развитие у него эффективной деятельности в команде и эффективности применения и использования конкурентных преимуществ. Совокупность этих качеств будущего бакалавра

представляет собой комплексную эффективность его профессиональной деятельности, которая должна быть сформирована в процессе его подготовки в высшем учебном заведении.

В современной литературе, как и многие другие термины организационно-управленческих дисциплин, культура организационной деятельности не имеет единственно верного определения. Каждый из авторов стремится дать свое собственное толкование этому понятию. Имеются очень узкие и очень широкие определения того, что же представляет собой культура организационной деятельности.

Большинство авторов сходится в таком мнении, что культура организационной деятельности представляет собой сложную композицию важных предположений (часто не поддающихся формулированию), бездоказательно принимаемых и разделяемых членами группы или организации. Организационная культура – это шаблонный образ мыслей, ощущений и реакций, присущих организации либо ее внутренним подразделениям. Это уникальная «духовная программа», отражающая «индивидуальность» организации.

Организационная культура - это убеждения, нормы поведения, установки и ценности, которые являются теми не писаными правилами, определяющими как должны работать и вести себя люди в данной организации³. Часто организационная культура трактуется как принимаемые большей частью организации философия и идеология управления, ценностные ориентации, верования, ожидания, расположения и нормы, лежащие в основе отношений и взаимодействий как внутри организации, так и за ее пределами. Организационная культура проявляется в отношениях между людьми в организации.

Несмотря на явное разнообразие толкований, и определений организационной культуры, в них есть и общие моменты. В большинстве определений авторы ссылаются на образцы базовых предположений, которых придерживаются члены организации в своем поведении и действиях. Эти предположения часто связаны с видением окружающей индивида среды (группы, организации, общества, мира), и регулирующих ее переменных (природа, пространство, время, работа, отношения и т. д.). Нередко бывает трудно сформулировать это видение применительно к организации.

Ценности (или ценностные ориентации), которых может придерживаться индивид, являются второй общей категорией, включаемой авторами в определение организационной культуры. Ценности ориентируют человека в том, какое поведение следует считать допустимым или недопустимым. Так, в некоторых организациях считается, что «клиент всегда прав», поэтому в них недопустимо обвинять клиента за неудачу в работе членов организации. В других – как раз может быть все наоборот. Но в том, и в другом случае принятая ценность помогает индивиду понять то, как он должен действовать в конкретной ситуации.

При этом источники культуры организационной деятельности можно условно разделить на три группы: внешняя среда, общественные ценности, внутренняя среда организации.

Под факторами внешней среды в данном случае принято считать факторы, неконтролируемые организацией, такие как природные условия или исторические события, повлиявшие на развитие общества. Например, Великая Отечественная Война 1941 года на длительное время определила организационную культуру социалистических предприятий, укрепив при этом командно-административный стиль руководства.

Общественные ценности и национальная культура страны также оказывают влияние на культуру организационной деятельности организационную компаний. К данной группе факторов мы можем отнести доминирующие в обществе убеждения и ценности, такие как свобода личности, человеколюбие, уважение и доверие к властям, нацеленность на действие и активную жизненную позицию и т.д. Т.е., в разных странах разное значение придают проблеме затрат времени. Различное отношение к вопросам эффективного использования времени повлияет на культуру организационной деятельности: в разных странах в разное время начинается и заканчивается рабочий день, разное время отводится на перерывы, различное количество нерабочих дней и разная продолжительность отпусков. Часто специалистам, работающим за рубежом, трудно привыкнуть к новому и необычному для них распорядку дня.

Внутренняя среда организации – это третий источник культуры организационной деятельности, образующий специфические внутренние факторы самой организации. К примеру, развитие технологической среды будет влиять на требования компании к уровню квалификации персонала, что, в свою очередь, может отразиться на ее организационной деятельности. Высокотехнологичные компании будут принимать на работу квалифицированных специалистов, сформировавших систему ценностей в процессе предшествующей социализации. Такая ситуация в дальнейшем может привести к формированию отдельных элементов чужеродных субкультур, таких как группы с различной идеологией и системой ценностей, что значительно может усложнить развитие единой сильной культуры организационной деятельности. Это, в свою очередь, повлияет и на структуру власти в организации: те группы, которые непосредственно связаны с развитием технологической среды, будут обладать большей властью и, таким образом, сформируют доминирующую коалицию, ценности которой будут определять культуру организационной деятельности компании.

При этом к специфическим факторам организации относится и отрасль, в которой работает компания. Фирмы, принадлежащие одной отрасли, функционируют в одной конкурентной среде и схожем правовом пространстве, удовлетворяют одни и те же потребности покупателей. Например, некоторые фирмы, выпускающие косметическую продукцию, ориентируются на личные продажи. Такие фирмы имеют ограниченное число менеджеров, ориентируются лишь на незначительное число четко разработанных правил, в большей степени

они опираются на харизматическое, а не на рациональное руководство, и при этом могут поощрять привлечение членов семьи к продаже товаров компании.

Т.е. комплексная эффективность профессиональной деятельности выпускника должна достигаться путем формирования личной, командной эффективности, а также управления конкурентными преимуществами на основе саморазвития, которые должны быть определены в качестве целей и планируемых результатов подготовки будущих бакалавров.

Литература

1. Искокова С.О. Технология формирования комплексной эффективности будущей профессиональной деятельности бакалавров менеджмента. – Дисс. Тольятти. – 2012.
2. Камерон К., Куин Р. Диагностика и изменение организационной культуры. – СПб: Питер, 2003. – 158 с.
3. Шаталова Н. И., Бурносков Н. М. Управление персоналом на производстве: Учебное пособие для вузов / под ред. Н.И. Шаталовой, Н.М. Бурносова – М.: Изд-во «Юнити» 2003. – 430 с.