

3. Д'Алессандро Д. Войны брендов: 10 правил создания непобедимой торговой марки; При участии М. Оуэнс; Пер. с англ. С. Жильцова; Под общ. ред. Ю. Каптуревского. СПб.: Питер, 2002. 223 с.
4. Звездочкин Ю.Ю., Сербиновский Б.Ю. Имидж-система университета. Новочеркасск: ЮРГТУ (НПИ), 2009. 266 с.
5. Романова И.Б. Конкурентоспособность высшего учебного заведения на региональном рынке образовательных услуг //Вестник Чувашского университета. 2006. № 1. С. 151-156
6. Сидорова В.Л. Управление формированием и распространением имиджа вуза: дис. ... канд. социол. наук. Белгород, 2011. 190 с.
7. Симанчук Н.В. Модели и методы повышения конкурентоспособности высшего учебного заведения на региональном рынке образовательных услуг: дис. ... канд. экон. наук. Самара, 2010. 195 с.

КОРПОРАТИВНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Целютина Т.В.

*Белгородский государственный национальный исследовательский
университет, г. Белгород, Россия*

Авилова Ж.Н.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

Актуальность исследования определяется тем, что на сегодняшний день поведение персонала зависит не только от их личных мотиваций, симпатий и климата в коллективе, но главным образом от принятых управленческих решений, являющихся инструментом культуры менеджмента.

Разработки в области исследования влияния на коллектив управленческой культуры, анализ данного процесса, а также их систематизация представлены в исследованиях О.С. Виханского, А.И. Наумова, Г.С. Никифорова, К.И. Симакова, Л. Гительмана [1].

В настоящий момент управленческая культура рассматривается как достаточно динамичное образование, управлять которым без знания специфики его появления, отличительных черт и особенностей развития невозможно. Только совокупность знаний об этой

культуре сможет помочь менеджеру научиться умело управлять коллективом.

Важность этой проблемы является популярной темой, которую обсуждает весь мир. Именно поэтому не только в высших, но и в средних учебных заведениях вводят культурологические курсы, которые являются прекрасным источником понимания специфики культуры в общем. Благодаря им новому поколению легче понимать важность культуры, узнавать о результатах такого творчества не только в своём регионе, но и по всему миру, анализировать их и делать выводы.

Культура менеджмента, которая также включает в себя и общие элементы культуры, даёт возможность рассмотреть проблему управления персоналом совершенно иначе. Сейчас очень сложно представить профессионального работника, который способен осуществлять свою деятельность в одиночку. Если раньше это было реально, то сейчас профессиональная деятельность является огромным механизмом, который состоит из множества звеньев – работников, осуществляющих данную деятельность. По причине такой кооперации менеджеру просто необходимо создать в компании в целом и в коллективе в частности правильную культуру, которая поможет не только качественно выполнять рабочий план, но и сплотить сотрудников. Стоит учитывать и появившийся в конце прошлого века фактор социальной мобильности, по причине которого любому человеку требуются знания не только о том, как выполнять свою задачу, но и о том, как управлять другими людьми. И, конечно же, обязательным условием является психологическая готовность современного специалиста к смене своего социального статуса [2, 9].

Стоит понимать и то, что организационная культура – это основа существования и потенциала определенной организации. Управление коллективом будет эффективным только в том случае, когда нормы компании, её принципы деятельности и жизни будут соблюдаться, а внутренние гласные и негласные правила безукоризненно выполняться. Необходимы организации и образцы положительного и отрицательного поведения, что поможет новым сотрудникам создать правильную модель поведения, а значит, работать в коллективе без ссор и скандалов.

С уверенностью можно сказать, что управленческая культура является одним из самых важных элементов организации, поскольку является не только набором правил, но и совокупным отражением всей жизни организации в целом.

Ученые А.И. Наумов и О.С. Виханский дают следующее определение: «Организационная культура – это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий. Эти ценностные ориентации передаются индивидам через «символические» средства духовного и материального внутриорганизационного окружения» [3, 10].

Рассматривая культуру менеджмента, можно понять её как объединение характерных для управленца норм, ценностей, идей и мнений, являющихся ключевыми для создания образца его поведения.

Несмотря на то, что в культурах управления различных организаций существует множество различий, в их основе всегда лежат особые нормы, которые менеджер должен соблюдать строжайшим образом. Такими нормами являются:

1. Моральные нормы. Именно благодаря им устанавливается нравственное поведение управленца.

2. Юридические нормы. Задокументированные в правовых актах, такие нормы строго регламентируют отношение к подчиненным в рамках закона.

3. Экономические нормы. Выступают способом регулировки экономических процессов в организации.

4. Организационные нормы. Создают функционирование как всей организации в целом, так и каждого подразделения, устанавливают нормы и правила организационного плана, принятые в компании.

Управленческая культура включает в себя большое количество мелких элементов, без которых налаженная работа организации становится неосуществимой. Наиболее яркими звеньями культуры менеджмента являются: [4]

- Культура проведения различных мероприятий;
- Культура порядка рабочего места;
- Культура гостеприимства и приема посетителей;
- Культура работы с документацией и письмами;
- Культура речи и поведения.

А поскольку организационная культура развивается с каждым годом, появляется всё больше новых тенденций и течений. Одним из них является корпоративный университет.

Из всего инструментария культуры менеджмента именно корпоративный университет оказывает самое сильное влияние на персонал, поскольку направлен главным образом на его развитие.

В современном мире сотрудникам действительно важно развиваться, расширяя свои знания и повышая квалификацию, непрерывно совершенствуя себя и свой образ работника. Именно тогда они смогут добиться успеха, а значит, и сама организация. И эта ответственность лежит именно на менеджере.

Управление развитием персонала представляет собой не что иное, как воздействие на сотрудников организации, направленное на нахождение и раскрытие особых способностей с помощью расширения полномочий; повышение характеристик персонала, которые обеспечивают его эффективную работу, вследствие чего повышается конкурентоспособность всего предприятия.

Говоря о проведении специальных мероприятий для развития персонала, следует отметить, что определенной единой методики до сих пор не существует. Для решения проблемы предлагается целый ряд задач, куда входят оценка потребностей организации, оценка личных качеств сотрудника, выбор соответствующих способов воздействия, создание всех условий для выработки у него новых необходимых качеств, а также изменений в самом сознании, благодаря которым приобретенные черты стали бы неотъемлемой частью профессиональной деятельности работника [9].

Корпоративный университет как метод обучения персонала – это наиболее эффективный способ повысить качественные характеристики сотрудников, особенно в условиях крупных компаний.

Это обусловлено тем, что эта часть культуры управления представляет собой не одну определенную методику, а совокупность нескольких, обеспечивающих развитие как теоретических, так и практических знаний у персонала, пользоваться которыми будет возможно сразу же по окончании обучения [5, 10].

Корпоративный университет потребует от менеджера достаточное количество временных и финансовых затрат, наличие приемлемой материально-технической базы. В современном мире не каждая корпорация может позволить себе подобные мероприятия. Но, даже учитывая тот факт, что внедрение подобной учебной программы является дорогостоящей процедурой, вскоре прибыль предприятия увеличится за счёт эффективности производства, появится дополнительный доход, поскольку сотрудники, прошедшие обучение в корпоративном университете приносят больший доход, чем сотрудники, не принявшие участие в подобной программе. До-

стигается это за счет повышения и увеличения интеллектуального потенциала и капитала компании, повышения производительности труда.

Зачастую форма реализации не так важна, как сам системный подход, исходящий из стратегических задач организации. Планирование обучения в рамках программы должно быть основанным на реальных потребностях бизнеса, которые менеджер должен сопоставить непосредственно с целями корпорации. Важно в процессе обучения сравнивать результаты с теми задачами, которые обозначает руководство перед корпоративным университетом, а также корректировать их по промежуточным итогам.

Корпоративный университет имеет две формы – аутсорсинговую и инсорсинговую. Первая представляет собой виртуальное обучение, благодаря чему сильно уменьшаются затраты организации, нет необходимости арендовать площади для аудиторий, заботиться о переездах и проживании обучающихся. С помощью аутсорсинговой модели сотрудники могут слушать вебинары или же просто получать конспект лекций и задания, которые смогут выполнять в спокойной обстановке.

Инсорсинговая модель представляет собой создание корпоративного университета непосредственно внутри самой организации, с собственной структурой, персоналом, коуч-менеджерами, специальными аудиториями и т.д.

Тем не менее, достаточно популярно смешение моделей, поскольку бюджет, возможности, цели и задачи каждой организации могут отклоняться от стандартных для аутсорсинговой или инсорсинговой форм.

Для обеих моделей внедрение программы корпоративного университета состоит из следующих этапов:

1. Изучение системы обучения сотрудников.
2. Разработка системы обучения.
3. Разработка методической части.
4. Учреждение корпоративного университета в организации.

Учитывая проблему соотношения затрат на осуществления данной программы, и роста прибыли, оптимальным вариантом будет применение аутсорсинговой модели обучения, благодаря чему количество расходуемых средств существенно сократится. Отличным вариантом будет создание внутреннего информационного портала, с помощью которого весь персонал сможет получать доступ к необходимой информации: лекциям, учебникам, литературе, материалам, составе преподавателей и прочем.

Классическим примером успеха корпоративного университета стала история компании «Даймлер-Бенц», университет которой, осуществив слияние с «Крайслером», смог полностью оптимизировать силы обеих компаний, уладить проблемы со смешением культур управления в них и, что более важно, смог создать настоящего гиганта машиностроительного производства.

Ещё одним примером эффективности корпоративного университета является учебная программа Объединенного банка Швейцарии. Во времена постоянных потрясений, слияний и реструктуризаций была зафиксирована текучесть кадров в 25%. Программа корпоративного университета была применена для разрешения кризисной ситуации. Кроме того, основные силы учебного процесса были положены именно на инновационность и инициативность, чтобы сотрудники создавали новые банковские продукты, тем самым повышая престиж банка и привлекая всё больше новых клиентов. Поддержание репутация банка также являлось важной задачей, по причине чего был разработан и учрежден особый кодекс, придерживаться которого было необходимо абсолютно всем сотрудникам. Банк использовал как аутсорсинговую (для неё как раз-таки и был разработан внутренний портал обмена информацией), так и инсорсинговую модели учебного процесса. Все мероприятия закончились крайне успешно: текучесть кадров практически исчезла, а банк привлек множество новых клиентов [6].

Проведенные исследования показали, что в настоящее время успех организации зависит главным образом от эффективности работы сотрудников, на которую оказывает непосредственное влияние менеджер и его управленческие решения. Вышеизложенные примеры показали, что благодаря одному из элементов организационной культуры – корпоративному университету – можно добиться более высокой производительности труда, осуществляемого сотрудниками.

Список литературы

1. Психология менеджмента. Учебник для вузов / Под ред. Г.С. Никифорова - СПб, Питер, 2004.
2. Ландсман В.А. Теоретические аспекты развития систем управления персоналом современного предприятия / В.А. Ландсман // Государственное строительство. – 2012. – № 2.
3. Виханский О.С. Наумов А.И. Менеджмент; Учебник, 3-е изд. - М.: Гардарики, 2004. – С. 421.

4. Журавлев П.В. Управление человеческими ресурсами: опыт индустриально развитых стран: Учебное пособие. М.: Экзамен, 2002.
5. Козак Н. Корпоративный университет [Текст] / Н. Козак // Управление компанией. – 2001. – №12. – С. 20-23.
6. Гительман Л. Корпоративный университет: концепция, условия и этапы создания / Л. Гительман, О. Исаев // Управление компанией. – 2005. – №7. – С. 30-34.
7. Симаков К.И. Стратегия управления развитием персонала на промышленном предприятии в современных условиях / К.И.Симаков, И.И.Смирнова // Журнал экономических реформ. – 2013. – № 4. – С. 114-120.
8. Мэлоун С.А. Корпоративный учебный центр. Создание и управление / С. А.Мэлоун. – Минск: Гревцов Паблишер, 2008, – 208 с.
9. Целютина Т.В. Карьерный коучинг в системе непрерывного образования служащих Управление городом: теория и практика. 2016. - № 1. - С. 87-91.
10. Avilova Z.N., Gulei I.A., Shavyrina I.V. Formation of the customer-centric organizational culture of the university as a factor of effective social and economic development of the region // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. T.6. № 3. С.207-216.

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ: ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА

Цыганкова Е.Н.

*соискатель кафедры социологии и управления
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова*

Принципиально важно знать причины возникновения конфликтных ситуаций, их динамику и завершение. Зная все это, можно рассчитывать на успешное управление конфликтами. Обратимся, прежде всего, к соотношению внутренних (черты характера) и внешних (стечение обстоятельств) причин. Как оказалось, в оценке этого соотношения преобладает компромиссный вариант: конфликты вызываются в равной мере и внутренними, и внешними причинами. Такого мнения придерживаются 41,5% учеников, 32,4% учителей и 40,0% экспертов. Ученики и эксперты отдадут предпочтение