

карысныя парады, прапановы, заўвагі падначаленым настаўнікам і вывесці на акрэсленне новых «гарызонтаў» выкладання вучэбных дысцыплін, перспектыву педагагічнага ўдасканалення.

Кампенсацыю ведаў у галіне метадалогіі адукацыі, хаця б у іх асновах, трэба ўяўляць і наладжваць як сістэмную працу, якая істотна дапаўняе настаўніцкую самаадукацыю і павышэнне кваліфікацыі ў адпаведных установах. Абавязковымі часткамі сістэмы павінны быць таксама: перыядычны разгляд тэарэтычных пытанняў метадалогіі ў метадычных аб'яднаннях і іншых фарміраваннях настаўнікаў-філолагаў ўнутрышкольнага, раённага, гарадскога, абласнога ўзроўняў; паслядоўнае вывучэнне тэм метадалагічнага характару ў працэсе павышэння кваліфікацыі; разгляд на метадалагічнай аснове адукацыйных сітуацый падчас мерапрыемстваў дадатковай адукацыі настаўніцкіх кадраў, вывучэнне, абагульненне і трансляцыя эфектыўнай практыкі навучання і выхавання менавіта на метадалагічнай аснове; зварот да метадалогіі адукацыі пры выкананні інавацыйных праектаў групамі педагогаў.

Метадалагічная культура, што нараджаецца з ведання асноў метадалогіі, неабходна практыцы школьнай адукацыі не менш, чым педагагічная навука: тут штодзённа трэба праяўляць умненне не толькі бачыць і акрэсліваць праблемы, але і суадносіць іх з магчымасцямі, канкрэтнымі шляхамі, аптымальнымі крокамі вырашэння, а гэта значыць – арганізоўваць сябе і тых, хто побач, на справу і яе вынікі.

УДК 316.752:316.7:37.09

Працэс выхавання творчай асобы ў адукацыйных сістэмах, такім чынам, павінен працякаць ва ўмовах свабоднага выбару вучнямі мэтай, сродкаў і спосабаў іх дасягнення і рашэнні педагогамі такіх няпростых задач, як фарміраванне сістэмы вучэбна-пазнавальных і сацыяльных матываў школьнікаў, паслядоўнае фарміраванне і развіццё іх маральнасці, імкнення да самавыхавання і псіхічным здароўі.

СПІС ВЫКАРЫСТАНАЙ ЛІТАРАТУРЫ

1. Анисимов О. С. Принятие управленческих решений: методология и технология / О. С. Анисимов. – М., 2002. – 436 с.
2. Загвязинский В. И. Методология и методика педагогического исследования / В. И. Загвязинский. – М. : Педагогика, 1982. – 158 с.
3. Краевский В. В. Методология педагогики : пособие для педагогов-исследователей / В. В. Краевский. – Чебоксары : Изд-во Чуваш. ун-та, 2001. – 244 с.
4. Майданов А. С. Искусство открытия: методология и логика научного творчества / А. С. Майданов. – М., 1993. – 175 с.
5. Новиков А. М. Методология образования / А. М. Новиков. – М. : Эгвес, 2006. – 488 с.
6. Щедровицкий Г. П. Путеводитель по основным понятиям и схемам методологии организации, руководства и управления / Г. П. Щедровицкий // Дело. – 2004. – 197 с.

Дата надходжэння до редакції: 18.10.2018 р.

Надія СУЩИК,

студентка магістратури

Національного університету водного господарства та природокористування, м. Рівне

Наталія ОКСЕНТЮК,

кандидат психологічних наук,

доцент кафедри суспільних дисциплін

Національного університету водного господарства та природокористування, м. Рівне

СИСТЕМА ЦІННОСТЕЙ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ

У статті обґрунтовано науково-методичну специфіку корпоративної культури навчального закладу, яку визначено як сукупність прийнятих у певному закладі норм і правил поведінки. Розглянуто заклад освіти як соціокультурну систему. Встановлено, що спільні цінності як ядро корпоративної культури, на базі якого виробляються норми поведінки в організації, породжують єдність поглядів і дій, що важливо для досягнення загальних цілей.

Ключові слова: корпоративна культура, психологічний мікроклімат, цінності, управління, комунікація, бренд.

В статті обґрунтовано науково-методичную специфику корпоративной культуры учебного заведения, которую определено как совокупность принятых в определенном заведении норм и правил поведения. Рассмотрено учебное заведение как социокультурную систему.

Установлено, що общіє ценності как ядро корпоративной культуры, на базе которого вырабатываются нормы поведения в организации, порождают единство взглядов и действий, что важно для достижения общіє целей.

Ключевые слова: корпоративная культура, психологический микроклимат, ценності, управление, коммуникация, бренд.

The article scientifically-methodically proved the specifics of the corporate culture of an educational institution and defines it as a combination of the norms and rules adopted in this higher educational institution, that is when all collaborators – from managers to performers – clearly aware of the tasks of the organization and make every effort to implement them. The educational institution, as a socio-cultural system, is considered. Established, that common values, as the cornerstone of corporate culture, on the basis of which the rules of conduct in the organization are produced, give rise to the unity of views and actions that are important for the achievement of common goals.

Key words: corporate culture, psychological microclimate, values, management, communication, brand.

Постановка проблеми. Корпоративна культура є частиною управлінської культури освітнього закладу та основою формування установи, показником якості її освітньої діяльності. Для ЗВО, що утворилися нещодавно, вона – запорука розбудови освітнього процесу на соціально-етичних засадах; для державних ЗВО – засіб збереження традицій наукових і педагогічних шкіл; для тих та інших – гарантія адаптації до потреб ринкової економіки, збереження та посилення конкурентних позицій. Завдяки корпоративній культурі співробітники навчального закладу ідентифікують себе як професійну спільноту, що на якісному рівні відрізняє її від інших операторів ринку освітніх послуг. Ця індивідуальність в оточуючому соціальному та матеріальному середовищі стає однією із визначальних складових конкурентоспроможності ЗВО, його популярності серед абітурієнтів.

Провідну роль у корпоративній культурі навчального закладу на внутрішньо-організаційному рівні відіграють організаційні цінності – сукупність усього того, що зорієнтоване та сприяє задоволенню професійних потреб співробітників і сприймається ними як прийнятний мотиваційний вплив. Особливість корпоративної культури будь-якого закладу вищої освіти ґрунтується на залученні до неї студентів. Це природно, оскільки без них навчальний процес і виконання університетом свого призначення абсолютно неможливі. Розвиток корпоративної культури сприяє набуттю самостійності у сфері оволодіння новітніми освітніми програмами, технологіями, що забезпечують перехід на новий рівень компетентності, підвищення кваліфікації вчителів.

Гіпотезою дослідження є те, що корпоративну культуру можна розглядати як необхідну передумову модернізації навчальних закладів.

Аналіз наукових досліджень і публікацій. Проблема корпоративної культури в управлінні навчальним закладом стала предметом наукових досліджень О. Глущенко, В. Гриньової, Г. Хаєта, Д. Мацумото, Л. Галіціної та інших.

Питання функціонування ЗВО і формування професійних та особистісних якостей майбутнього спеціаліста розглядали В. П. Андрущенко, В. І. Астахова, І. Д. Бех, Н. М. Дем'яненко, І. А. Зяюн, О. В. Киричук, О. П. Корольчук, В. Г. Кремень, К. М. Левківський, Н. Г. Нічкало, О. В. Сухомлинська, В. В. Ягупова. Роль освітнього середовища аналізували також зарубіжні вчені, як-от: І. Ансофф, П. Друкер, К. Ендрюс, В. Сфремов, Б. Карлоф, В. Маркова та ін. Основна ідея означених наукових досліджень полягає в тому, що оточення організації, освітнє середовище в цілому та окремі його елементи підпорядковані природній еволюції, що впливає на формування і розвиток особистості, її емоційно-вольову й інтелектуальну сферу [3].

Виокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Освітнє середовище навчального закладу є важливою складовою процесу професійно-особистісного становлення майбутнього фахівця, в якому студент виконує роль суб'єкта власного професійного розвитку, де відбувається усвідомлення та прийняття змісту і технологій майбутньої професійної діяльності, вибудовування індивідуально-творчого професійного стилю. Важливими формуючими факторами щодо цього є норми та правила, культура взаємовідносин суб'єктів освітнього процесу у ЗВО.

Найважливішою метою діяльності закладу освіти є позитивно соціалізована особистість, яка має високу кваліфікацію, професійну етику, спроможна успішно діяти в умовах динамічно змінюваної ситуації. Розвиток особистості при цьому осмислюється як процес і результат її взаємодії із соціально-культурним контекстом [1, с. 12-22]. Надзвичайно вагомим щодо цього є розуміння такої соціокультурної системи навчального закладу, функції якої не обмежуються лише підготовкою людини до професійної діяльності, а є інструментом трансляції культури, де виробляються і поширюються новітні соціокультурні цінності, підвищується духовний та інтелектуальний потенціал суспільства.

З огляду на виявлені проблеми, їхню недостатню дослідженість і науково-практичну потребу в розв'язанні, **мета статті** полягає в науково-методичному обґрунтуванні специфіки корпоративної культури навчального закладу.

Виклад основного матеріалу. Система цінностей, переконань, установок, що поділяються всіма працівниками закладу та визначають поведінкові норми, в науковій літературі трактується як *корпоративна культура*. Корпоративна культура ЗВО включає в себе такі елементи, як наявність у трудовому колективі загального розуміння корпоративної ідеології, візуальна символіка корпоративної ідеології (логотип), поведінка членів трудового колективу відповідно до корпоративної ідеології. Таким чином, корпоративну культуру можна визначити як сукупність прийнятих у даному закладі освіти норм і правил поведінки щодо клієнтів та партнерів, а також культуру міжособових стосунків, тобто втілення «духу ЗВО», коли всі співробітники – від керівників до виконавців – чітко усвідомлюють завдання організації і докладають максимум зусиль для їх реалізації [2, с. 37].

Загалом ефективність корпоративної культури характеризується злагодженістю, взаємодією (командним духом), задоволенням від роботи й гордістю за її результати, відданістю організації і готовністю відповісти її високим стандартам, високою вимогливістю до якості праці та навчання; готовністю до змін, зумовлених вимогами прогресу і конкурентною боротьбою,

незважаючи на труднощі та бюрократичні перепони. Таке освітнє середовище формуватиме і відповідні особистісні якості в майбутнього фахівця. Надзвичайно важливим є розуміння навчального закладу як такої соціокультурної системи, функції якої не обмежуються лише підготовкою людини до професійної діяльності, а є інструментом трансляції культури, де виробляються і поширюються новітні соціокультурні цінності, підвищується духовний та інтелектуальний потенціал суспільства [3].

Сприйняття корпоративної культури є індивідуальним. Кожен член організації має свої попередньо сформовані переконання, які характеризують його розуміння і сприйняття культури. Проте спільні цінності як ядро корпоративної культури, на базі якого виробляються норми поведінки в організації, породжують єдність поглядів і дій, що необхідні для досягнення загальних цілей. Зазвичай цінності організації (університету) декларуються і фіксуються в цільових установках, документах, що визначають основні принципи діяльності організації, планах розвитку організації тощо.

При цьому враховується специфіка діяльності закладу освіти – здійснення освітнього процесу, спрямованого на професійну підготовку майбутніх фахівців, у ході якого відбувається взаємодія між викладачами і студентами, метою якої, окрім фахової підготовки, є формування корпоративної культури закладу. Отже, *корпоративна культура закладу* – це сукупність цінностей, норм, традицій, які поділяються всіма причетними до діяльності закладу освіти та на основі яких регулюються взаємовідносини (зокрема між учасниками освітнього процесу, викладачами і студентами, викладачами й адміністрацією).

Корпоративна культура є багаторівневою. Відповідно до розмірів організації закладу освіти виокремлюють корпоративну культуру ЗВО, а також його навчально-наукових інститутів і факультетів, кафедр та інших підрозділів. Слід зауважити, що існує і корпоративна культура студентської спільноти.

Корпоративна культура закладу вищої освіти складається з таких елементів та засобів їх досягнення (наведені в дужках): філософія закладу (устав, кодекс корпоративної культури); організаційні цінності (місія, політика); норми, правила поведінки (правила внутрішнього розпорядку); історія, традиції (музей); психологічний клімат (особистісні відносини між співробітниками); корпоративні комунікації (доступ до інформації, якість, засоби і способи комунікації); стиль управління (організація і структура управління); імідж (дизайн, символіка, атрибутика, образ в очах громадськості).

Основними цінностями корпоративної культури закладу вищої освіти є цінності освіти, які зумовлюють здатність відтворювати кращі зразки матеріальної і духовної культури. Цінностями соціального рівня називають такі, що вироблені освітньою установою в процесі її розвитку і дають змогу успішно функціонувати в соціумі, виконуючи при цьому свою місію і соціальні функції. До таких цінностей належать академічні свободи, інноваційна діяльність, організаційна й економічна стійкість. Система цінностей, особливо тих, які прийнято вважати високими, є важливим елементом культури взагалі і корпоративної культури закладу вищої освіти зокрема.

М. Сухорукова корпоративними цінностями і нормами організації називає такі [6]: призначення організації та її імідж, старшинство і влада, значення різних керівних посад і їх функцій, поведіння з людьми, критерії вибору на керівні і контролюючі посади, організація роботи і дисципліна, стиль керівництва й управління, процеси ухвалення рішень, поширення й обмін інформацією, особливості контактів, характер соціалізації, шляхи розв'язання конфліктів, оцінка ефективності роботи. Серед корпоративних цінностей, що регулюють взаємовідносини між колегами та представниками інших соціальних груп ЗВО, виокремлюють такі, як повага, толерантність, комунікабельність, співпраця, партнерство, взаємовиручка, уважність.

У структурній ієрархії диспозиційних утворень (за диспозиційною концепцією регуляції соціальної поведінки особистості В. Ядова) ціннісні орієнтації займають найвищий рівень і повністю залежать від цінностей соціальної спільноти, з якою себе ідентифікує особистість. З огляду на це, викладач ЗВО може ідентифікувати себе як представника професійної громади – корпорації викладачів (приналежність до професійної групи), а також як співробітника, члена закладу освіти. Як стверджує І. Ісаєв, система педагогічних цінностей у структурі професійно-педагогічної культури викладача може бути представлена в двох площинах їх існування: горизонтальній (цінності – цілі, цінності – засоби, цінності – стосунки, цінності – якості) та вертикальній (суспільно-педагогічні, професійно-групові й індивідуально-особові).

Корпоративна культура безпосередньо впливає на процес соціалізації співробітників в організації. Викладачеві необхідно приступити до виконання своїх професійних обов'язків і побудувати оптимальні для професійної діяльності взаємовідносини з колегами, адміністрацією та іншими співробітниками, які відповідають культурним цінностям ЗВО, інституту, факультету, кафедри, нормам корпоративної поведінки, властивим установі, а також створити модель власної поведінки. Йдеться про засвоєння викладачем нових культурних цінностей (інкультурацію).

Реалізація цінностей, що покладені в основу корпоративної культури університету, здійснюється через норми і правила поведінки. Жорстке нав'язування корпоративної культури викликає у співробітників протест і є причиною «втечі» від корпоративної культури.

Висновки. Отже, значення корпоративних цінностей у корпоративній культурі полягає в тому, що вони впливають на всі її компоненти. Засвоєна система ціннісних орієнтацій особистості викладача визначає особливості таких його компонентів, як корпоративна ідентичність, корпоративні відносини та корпоративна поведінка. Від рівня розвитку корпоративної культури залежить ефективність діяльності навчального закладу. Моделі корпоративної культури складаються із таких елементів: цінності, норми, правила поведінки; система мотивації комунікації; історія й традиції; психологічний клімат; корпоративні комунікації; стиль управління; імідж ЗВО тощо. Таким чином, корпоративна культура закладів освіти представлена сукупністю різних субкультур (вертикальних, горизонтальних і локальних), причому приналежність до тієї чи іншої субкультури впливає на корпоративну поведінку викладача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Глущенко О. А. Корпоративная культура как среда взаимодействия педагогов и детей [Текст] / О. А. Глущенко // Профессиональное педагогическое образование: проблемы и перспективы : материалы научно-практической конференции. – Челябинск : Изд-во ППИЧГПУ, 2005.

2. Гриньова В. М. Організаційно-економічні основи формування системи корпоративного управління в Україні : монографія / В. М. Гриньова, О. Є. Попов. – Харків : ХДЕУ, 2003. – 324 с.

3. Іванченко А. В. Орієнтація на розвиток персоналу в системі корпоративних цінностей підприємства / А. В. Іванченко // Вісник Хмельницького націон. ун-ту. – 2005. – № 4. – Ч. 2. – Т. 1. – С. 185–190. – (Серія «Економічні науки»).

4. Леонтьєва Е. Г. Корпоративний університет як модель інноваційного корпоративного закладу / Е. Г. Леонтьєва // Вестник Томского госуд. ун-та. – 2012. – № 361. – С. 144–147.

Дата надходження до редакції: 19.12.2018 р.

УДК 378.018.46-057.4

Ірина ТУРЧИК,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту освіти

Волинського ІІПО

ТРЕНІНГ «СЕРФІНГ УПРАВЛІННЯ» ТА МЕТОДИКА ЙОГО ПРОВЕДЕННЯ ДЛЯ КЕРІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

У статті окреслено основні модулі проведення тренінгу «Серфінг управління» для керівників закладів загальної середньої освіти. Запропоновано практичні та тестові завдання, рольові ігри, вправи в межах кожного конкретного модуля. Доведено, що запропонований тренінг буде корисним для керівників-початківців, які щойно отримали підвищення або мають незначний управлінський досвід.

Ключові слова: тренінг, управління, серфінг управління, керівник, заклад загальної середньої освіти, імідж керівника, стилі керівництва.

В статті обозначены основные модули проведения тренинга «Серфинг управления» для руководителей учреждений общего среднего образования. Предложены практические и тестовые задания, ролевые игры, упражнения в пределах конкретного модуля. Доказано, что предложенный тренинг будет полезным для начинающих руководителей, которые только получили повышение или имеют небольшой управленческий опыт.

Ключевые слова: тренинг, управление, серфинг управления, руководитель, учреждение общего среднего образования, имидж руководителя, стили руководства.

In the article the author outlines the main modules for conducting the «Surfing Management» training for heads of institutions of general secondary education; Practical tasks, role games, exercises and tests within each module are offered.

This training will be useful for novice managers who have just been promoted or have little managerial experience.

Key words: training, management, surfing management, manager, institution of education, manager's image, leadership styles.

Постановка проблеми. Сучасний керівник закладу загальної середньої освіти (ЗЗСО) повинен уміти визначити провідні якості особистості, її психологічний стан, а це, як відомо, вимагає від нього спостережливості й конструктивного мислення. Крім того, він повинен уміти прогнозувати перспективи розвитку не лише колективу загалом, а й кожного його члена зокрема, моделювати його майбутнє. При цьому необхідно наголосити на такій здатності, як впливовість (уміння переконувати, вселяти думки й правила поведінки). Організаторські здібності керівника залежать від його характеру, насамперед урівноваженості, товариськості, жвавості тощо.

Варто зауважити, що проблема професійної (управлінської) компетентності сучасного керівника в умовах реформування системи освіти недостатньо вивчена, а отже, потребує подальшого дослідження та аналізу.

Аналіз наукових досліджень і публікацій. Дослідження питань менеджменту є сферою діяльності низки науковців, що представлено в різних аспектах: управлінського потенціалу (М. Вудкок, Д. Френсіс);