

3. Качалов Д. В. Концепция формирования педагогической культуры у студентов вуза — будущих учителей в инновационной образовательной среде : [монографія] [Електронний ресурс] / Д. В. Качалов. — М. : Академия Естествознания, 2011. — 157 с. — Режим доступу : <http://www.rae.ru/monographs/125>.

4. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. / А. Н. Леонтьев // Психология личности. — 2-е изд. — М. : Политиздат, 1977. — 304 с.

5. Нечіпор С. В. Методика формування предметної компетентності майбутніх кравців з технології виготовлення одягу: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Нечіпор Світлана Володимирівна. — Харків, 2013. — 319 с.

6. Ничкало Н. Г. Трансформація професійно-технічної освіти України : [монографія] / Нелля Григорівна Ничкало. — К. : Педагогічна думка, 2008. — 200 с.

7. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии : в 2 т. / С. Л. Рубинштейн. — М. : Педагогика, 1989. — Т. 2. — 328 с.

8. Чайка В. М. Підготовка майбутнього вчителя до саморегуляції педагогічної діяльності : [монографія] / В. М. Чайка // за ред. Г. В. Терещука. — Тернопіль : ТНПУ, 2006. — 275 с.

9. Maslow A. H. Theory of human motivation / A. H. Maslow // Psychol. Rev. — 1943. — vol. 50, №4. — P. 370-396.

УДК 371.14.008+373.1 (045)

М. В. Коннова, м. Вінниця, Україна / M.V. Konnova, Vinnitsa, Ukraine
mkonnova@gmail.com

ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В УПРАВЛІННІ ЗАКЛАДОМ ОСВІТИ

Анотація. У даному дослідженні висвітлено проблему формування і розвитку корпоративної культури закладів освіти, розкрито питання змісту і специфіки корпоративної культури закладів системи загальної середньої і вищої освіти, охарактеризовано компоненти корпоративної культури, а також ключові складові корпоративної ідентичності співробітників. Обґрунтовано актуальність управління змінами у формуванні і розвитку корпоративної культури закладів освіти і визначено сутність особливостей діяльності керівника у системі корпоративних відносин.

У статті також визначено корпоративну культуру як систему особистих і колективних цінностей, що сприймаються і поділяються всіма членами організації, набір прийомів і правил вирішення проблеми зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції працівників таких, що виправдали себе в минулому і підтвердили свою актуальність у майбутньому.

Наведено існуючі визначення корпоративної культури. Охарактеризовано зовнішні і внутрішні чинники впливу на корпоративну культуру закладів освіти. Звернена увага на проблему виокремлення компонентів корпоративної культури: система лідерства; стилі розв'язання конфліктів; діюча система комунікації; становище індивіда в організації; прийнята символіка; цінності організації; знання організації; внутрішні і зовнішні комунікації та зв'язки; цілі організації; культура трудового, виробничого та інших матеріальних процесів. У даному дослідженні також йдеться про специфічні цілі і місію закладів освіти.

Висвітлено сутність поняття «імідж». Зазначено, що формування іміджу відбувається у двох напрямках: всередині закладу і ззовні. Підкреслено, що імідж викладача закладу освіти і ступінь сформованості його корпоративної культури є ретрансляторами іміджу і корпоративної культури закладу освіти. У даному дослідженні розглянуто питання корпоративної ідентичності та визначено її ключові складові: інтеграцію, залучення, лояльність.

Ключові слова: інноваційна діяльність, корпоративна культура, корпоративна ідентичність, інтеграція, брендинг, залучення, лояльність.

Annotation. In this research the problem of formation and development of the educational institutions' corporate culture has been highlighted. Some issues of the content and specifics of corporate culture of Secondary and Higher education institutions have been described. The components of corporate culture have been also described, as well as key components of the employees' corporate identity have been determined. The relevance of change management in the formation and development of the educational institutions' corporate culture has been

substantiated and the essence of managerial features in the corporate relations system has been determined.

The author also dwells on corporate culture as a system of individual and collective values which are accepted by all the organization members as the set of methods and rules for solving the problems of external adaptation and internal integration of employees which recommend themselves in the past and confirmed their relevance in the future.

Existing definitions of corporate culture have been presented. The external and internal factors influencing the educational institutions corporate culture have been characterized. Special attention was paid to the problem of pointing out the components of corporate culture: leadership system; conflict resolution styles; active communication system; the position of an individual within the organization; accepted symbolism; organization's values; organization's knowledge; internal and external relations and connections; organization's objectives; the culture of labor, production and other material processes.

This research also refers to the educational institutions' specific goals and missions. The essence of the concept «image» has been highlighted. It has also been noted that the image formation takes place in two directions: inside the institution and from the outside. It has been emphasized that the educational institution teacher's image and the formation degree of his/her corporate culture are the transponders of image and corporate culture of the whole educational institution. This research addresses corporate identity matters and defines its key components: integration, engagement, loyalty.

Key words: *innovative activity, corporate culture, image, corporate identity, integration, branding, involving, partying, loyalty.*

Постановка проблеми. Поступове входження України до освітнього європейської та світової спільноти ставить перед вітчизняною наукою ряд важливих завдань. У Національній стратегії розвитку освіти в Україні на 2012 - 2021 роки підкреслюється, що «сучасна філософія освіти й оновлена стратегія реформування освітньої сфери вимагають принципово нових наукових досліджень, обґрунтованого і послідовного впровадження нових науково-педагогічних технологій, раціональних і ефективних підходів до організації наукової та інноваційної діяльності в освіті» [4, с. 27].

Для того, щоб успішно реформувати організацію, керувати інноваційними процесами, необхідно вирішити подвійне завдання: досягти значного і стійкого підвищення ефективності роботи закладу освіти та створити відповідну корпоративну культуру. Адже неможливо змінити стратегію організації без коригування корпоративної культури, так само як неможливо змінити корпоративну культуру без зміни стратегії організації.

Проблема розвитку корпоративної культури та впливу на неї з метою одержання позитивних результатів інноваційних перетворень – найважливіше завдання керівника закладу освіти, тому що зміни в завданнях та змісті діяльності сучасного закладу освіти потребують сформованої системи цінностей колективу, позитивного іміджу як кожного співробітника, так і освітянської організації в цілому. Процеси вдосконалення корпоративної культури повинні бути керованими. Відтак, важливого значення набуває роль керівника в інтеграції та координації зусиль співробітників щодо розвитку корпоративної культури.

Підвищення та вдосконалення професіоналізму керівника закладу освіти стає важливою умовою успішності інноваційних процесів в освіті і має відбуватись в сфері освітнього менеджменту. Сьогодні керівники освітніх установ відчувають потребу в оволодінні навичками стратегічного проектування, системного моделювання, організації ефективних міжособистісних і професійних комунікацій у педагогічному колективі. Кожний заклад освіти є унікальним за своєю сутністю. Відповідно кожна освітня установа знаходить шляхи і напрями розвитку професійної діяльності, орієнтуючись на сучасні підходи до керівництва закладом освіти. Відтак, інноваційний потенціал керівника має ґрунтуватись на принципах толерантності, розумного поєднання прагматизму з відповідальністю за інноваційні зміни. Серед важливих професійно значущих якостей, які необхідні керівнику в управлінні інноваціями, дослідники визначають гнучкість, адаптивність, здатність оцінювати і прогнозувати ситуації, бути зорієнтованим на інновації. Управління формуванням корпоративної культури закладу освіти є інноваційним напрямом діяльності керівника.

Аналіз попередніх досліджень. Проведений аналіз науково-педагогічної літератури, дослідницьких робіт, організаційно-методичних матеріалів свідчить про те, що проблема корпоративної культури знайшла досить широке відображення в роботах А. Агеєва, Т. Базарова, Б. Гаєвського, К. Гнезділової, М. Елвесона, В. Зверєвої, А. Кеннеді, М. Мескона, Р. Куїнна, К. Лаферті, Т. Пітерса, А. Пригожина, Я. Радченко, Л. Скібіцької, В. Співака, К. Ушакова, Г. Чайки, Е. Шейн та ін.

Особливості корпоративної культури закладів освіти вивчали Л. Карамушка, О. Мармаза, А. Моїсєєв, М. Поташнік, С. Рус, Ж. Серкіс, К. Ушаков, Р. Хувейк, М. Шакурова, Ж. Сенчук та ін. Разом із тим, нові суспільні умови вимагають розробки нових підходів у підготовці керівників у галузі управління педагогічною організацією.

Метою даної статті є дослідження проблеми формування і розвитку корпоративної культури в контексті

інноваційної діяльності закладів освіти та висвітлення питань, пов'язаних із управлінською компетентністю керівника у даному процесі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Заклад освіти є складним організмом, життєвий потенціал якого підтримується саме культурою: культурою норм, традицій, принципів, стосунків між суб'єктами навчально-виховного процесу. Таким чином, культуру можна вважати душою організації. Вона властива будь-якій формі людського існування і є невід'ємним атрибутом будь-якого суспільства, засобом організації людської життєдіяльності.

Сформованість корпоративної культури передбачає ситуацію, коли всі члени організації знають, що потрібно робити; володіють професійною підготовкою і здатностями досягати поставлених цілей.

Під *корпоративною культурою* розуміють систему особистих і колективних цінностей, що сприймаються і поділяються всіма членами організації; набір прийомів і правил вирішення проблеми зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції працівників – таких, що виправдали себе в минулому і підтвердили свою актуальність у майбутньому.

Визначення корпоративної культури здійснюється в межах культурологічного підходу до аналізу діяльності організації як соціальної системи. Підґрунтям корпоративної культури є система цінностей, поведінкові норми і правила, які підтримує більшість членів організації. Формування спільних цінностей в організації приводить до розвитку корпоративної поведінки її членів, яка відображає цінності, що ними підтримуються. Це і є основою управління корпоративною культурою в будь-якій організації загалом та у закладах освіти, зокрема.

За існуючими визначеннями корпоративна культура – це: набір базових припущень, цінностей, пріоритетів і норм, які визначають трудову поведінку співробітників, забезпечують конструктивну взаємодію в колективі і сприяють успішному функціонуванню організації; комплекс цінностей, понять і переконань, які поділяють усі члени організації; система керівних переконань, принципів і технологій у діяльності підприємства; це набір найбільш важливих припущень, що приймаються членами організації і виражені в декларованих організацією цінностях, які задають людям орієнтири їх поведінки і дій. Отже, основою корпоративної культури є сукупність цінностей, переконання, норми і правила, що приймаються і поділяються більшістю співробітників. Ця система не отримала нормативного закріплення в законодавстві та ґрунтується на загальному культурному рівні суспільства, нормах моралі, діловій практиці. Корпоративна культура чинить вплив на діяльність організації в таких напрямках, як процеси, що відбуваються в організації, поведінка членів організації, конкурентоспроможність, загальна результативність діяльності організації, залежність від впливу зовнішніх і внутрішніх чинників, реакція на вплив зовнішнього та внутрішнього середовища.

На корпоративну культуру організації, зокрема закладу освіти, діють загальні, зовнішні і внутрішні чинники впливу. Корпоративна культура формується під впливом: загальних чинників – соціально-економічні умови, політичні умови, нормативна правова база; зовнішніх чинників – стан ринку освітніх послуг, стан конкуренційних процесів, демографічна ситуація, глобалізаційні процеси на ринку освітніх послуг, споживачі освітніх послуг, попит на освітні послуги, ринок праці, імідж закладу освіти на ринку освітніх послуг; внутрішніх чинників – тип закладу освіти: державний, приватний, комунальний; місія і цінності закладу; загальні традиції закладу; історія становлення і розвитку закладу; якість внутрішніх комунікацій; тип управління.

Достатньо неоднозначною є проблема виокремлення компонентів корпоративної культури. Це і прийнята система лідерства; стилі розв'язання конфліктів; діюча система комунікацій; становище індивіда в організації, прийнята символіка. Це – цінності організації; знання організації; внутрішні і зовнішні комунікації та зв'язки; цілі організації, культура трудового, виробничого та інших матеріальних процесів.

Організацію, в якій сформувалася корпоративна культура, характеризують наступні риси:

- сприймання людини як найвищої цінності та організація відповідної взаємодії між співробітниками та групами;
- наявність як матеріальних, так і духовних цінностей;
- узгодженість окремих елементів культури з головними ідеями, цілями, завданнями, способами досягнення цілей організації;
- життєдіяльність за законами і правилами;
- самонавчання та саморозвиток.

Корпоративна культура закладу освіти – це сукупність цінностей, норм, традицій, які поділяються всіма людьми, що причетні до діяльності закладу освіти, на основі яких регулюються їхні взаємовідносини, зокрема між учасниками навчально-виховного процесу: між викладачами (вчителями), викладачами і студентами, вчителями і учнями, викладачами (вчителями) і адміністрацією.

Корпоративна культура є багаторівневою. Відповідно до розмірів організації закладу освіти виокремлюють корпоративну культуру закладу вищої освіти, корпоративну культуру його навчально-наукових

інститутів і факультетів, кафедр та інших підрозділів. Слід наголошувати й на корпоративній культурі студентської спільноти.

У сучасних умовах заклади вищої освіти зокрема та заклади освіти загалом, засвоюють нові зразки корпоративної культури, тому розробляють дві траєкторії її формування: зовнішню-економічний успіх, презентабельність, показники успішності діяльності закладу, тобто комплекс заходів, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності, і внутрішню-підтримка і розвиток зразків професійної діяльності, що мають відображати гуманістичні цінності педагогіки.

Одним із вирішальних чинників підвищення ефективності діяльності закладу освіти є внутрішня інтеграція співробітників, яка забезпечується корпоративною культурою. Реалізація необхідних змін у діяльності закладу освіти, введення інновацій неможливе без підтримки і згоди з боку викладачів (вчителів). Це зумовлює внесення певних змін до корпоративної культури закладу. Управління змінами корпоративної культури, по-суті, є управлінням закладом освіти, оскільки зміна елементів корпоративної культури приводить до створення умов, при яких самоорганізаційні процеси забезпечують становлення якісно нового рівня розвитку закладу без жорстких адміністративних форм управління, тиску.

На відміну від більшості організацій, що займаються виробничою, торгівельною, посередницькою, обслуговуючою діяльністю, основне завдання закладу освіти полягає в наданні освітніх послуг. Послуга-це не товар. Її якість визначається лише за кінцевим результатом. У забезпеченні освітніх послуг бере участь значна кількість викладачів (вчителів) і співробітників закладу, і тільки їх узгоджена діяльність забезпечує результат. Отже, закладу освіти потрібна командна робота фахівців різних напрямів.

Оскільки надання освіти у середній та вищій школі-це надання освітньої послуги, то важливою є якість взаємодії закладу (який надає освітню послугу і документ, який засвідчує освітньо-кваліфікаційний рівень, здобутий студентом), викладача (того, хто надає знання з певного предмета, що входить до навчального плану професійної підготовки фахівця), організаторів навчального процесу (деканату, інституту, кафедри) і студента (який отримує освітню послугу і здобуває професійну освіту). Тому специфіка закладу освіти пов'язана зі складністю організації взаємодії учасників освітнього процесу.

Специфічними є цілі і місія закладу освіти. Місія в перекладі з латині означає «відповідальне завдання, роль, доручення. У менеджменті поняття «місія» означає сформульоване уявлення про те, для чого існує заклад освіти і в чому полягає його відмінність від подібних організацій. Під місією закладу вищої освіти розуміють сукупність уявлень про основоположні цінності, цілі і простір розвитку освітньої установи, про те, що вона несе, виробляє зовні, навіщо потрібна суспільству, державі, людям. У цьому контексті місія є смислоутворювальним ядром ідеї закладу освіти. Формулюючи місію, слід пам'ятати, що це повинний бути ясно сформульований, спонукальний до дії, емкий виклад перспективного бачення образу закладу освіти, принципів і способів просування до цього ідеалу. Місія повинна бути коротким і емким виразом самоідентифікації організації її членами [1].

Прийнято виділяти зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на місію закладу освіти. До зовнішніх факторів можна віднести особливості освітньої політики у країні й у регіоні, стан ринку праці й освітніх послуг, потреби потенційних клієнтів (характер і структура соціального замовлення), демографічну ситуацію. До внутрішніх факторів відносяться організаційна культура закладу освіти, характер освітнього процесу й наявний у педагогічного колективу досвід його організації, можливості та ресурси закладу освіти.

У корпоративній культурі закладу освіти широко використовується символіка, яка повинна сприяти зміцненню єдності закладу, його професорсько-викладацької, вчительської та студентської і учнівської спільноти. Обрані адміністрацією символи мають бути емоційно прийнятими і викладачами, і студентами. Інакше вони не зможуть виконати інтегруючу функцію. Символ-досить розповсюджена категорія культурних форм закладу освіти, що служить умовним знаком певного поняття, ідеї, явища. Символ характеризується багатозначністю, що дає можливість надавати нові смисли уже створеним символам відповідно до цінностей, які формуються. Символи-це також об'єкти, із якими заклад освіти хоче асоціюватись в соціумі і впливати на його моральний мікроклімат, збагачувати, формувати громадську думку, сприяти розбудові громадянського суспільства.

З корпоративною культурою закладу освіти тісно пов'язане поняття «імідж». Останній виступає в ролі інтегральної характеристики корпоративної культури організації. Формування позитивного іміджу дозволяє закладу освіти конкурувати на ринку освітніх послуг. Формування іміджу відбувається у двох напрямках: всередині закладу (образ організації, який усвідомлюється через систему цінностей, норм самими співробітниками) і ззовні (образ, який створюється організацією для зовнішнього середовища). У такому випадку імідж викладача закладу освіти і ступінь сформованості його корпоративної культури є ретрансляторами іміджу і корпоративної культури закладу освіти. Як тільки керівництво закладу освіти ставить перед собою питання: які ми? чим відрізняємось від конкурентів? – можна говорити про початок спеціального формування іміджу.

Керівник закладу освіти повинен усвідомлювати, що головним результатом успішної роботи з

формування і розвитку корпоративної культури повинна стати корпоративна ідентичність, тобто ототожнення людини зі своєю організацією, що виражається у прагненні працювати в ній і сприяти її успіху, адже «ціль культури – створити відчуття приналежності до організації, лояльності по відношенню до неї» [12, с. 146].

Під корпоративною ідентичністю розуміють «приналежність співробітників до організації на психологічному рівні через розподіл цілей і цінностей організації та співвіднесеність їх зі своїм внутрішнім світом» [12, с. 257]. Повна ідентифікація співробітника з організацією означає, що він не тільки усвідомлює її ідеали, чітко дотримується правил і норм поведінки в організації, але й внутрішньо повністю приймає корпоративні цінності.

Значення корпоративних цінностей у корпоративній культурі полягає в тому, що вони впливають на всі її компоненти. Засвоєна система ціннісних орієнтацій особистості викладача закладу освіти визначає особливості таких компонентів, як корпоративна ідентичність, корпоративні відносини та корпоративна поведінка.

Формування корпоративної ідентичності тісно пов'язане з формуванням професійної ідентичності, професійної культури. Н. Іванова розглядає професійну ідентичність викладача як важливий компонент у структурі соціальної ідентичності, який формується у ході особистісного і професійного становлення і впливає на різні аспекти життя людини [3].

Професійна ідентичність розглядається також як результат активного процесу ототожнення суб'єкта із своєю професійною групою. Належність до професійної групи зумовлює необхідність узгодження професійної культури викладача закладу освіти з умовами і вимогами групи.

Корпоративна ідентичність трактується як: ототожнення співробітником себе як частини організації, що виражається у визнанні корпоративної філософії, у втіленні організаційних норм і правил поведінки; результат когнітивно-емоційного процесу усвідомлення себе як представника певної організації; певний ступінь ототожнення себе з нею; особливий тип соціальної ідентичності, в основі якої лежить ототожнення співробітника з організацією, що виражається у прийнятті ustalених цінностей і наслідуванні прийнятих норм у рамках визначеного статусу і ролі, що виконується, а також в активності співробітника на користь організації [1, с. 59].

Корпоративну ідентичність викладача закладу освіти слід розглядати як різновид соціальної ідентичності, підґрунтям якої є ототожнення себе з організацією, тобто закладом освіти. У процесі формування корпоративної ідентичності викладача важливими є цінності і цілі закладу освіти, які усвідомлюються і поділяються особистістю, уявлення про своє місце в колективі організації, уявлення про ефективну модель корпоративної поведінки.

Ключовими складовими корпоративної ідентичності визначено: інтеграцію (присвоєння працівниками організаційних цілей, об'єднання працівників навколо завдань організації); залучення (бажання працівника докладати особистих зусиль, робити внесок у досягнення цілей організації); лояльність (емоційна прив'язаність до своєї організації, бажання залишатися її членом).

Процес залучення співробітників до управління організацією – партиципація – це важлива для особистості можливість зробити свій внесок у процес прийняття рішень з метою підвищення ефективності діяльності організації. Партиципацію варто розглядати як чинник, що сприяє посиленню мотивації, самодетермінації, автономності особистості в освітній організації. Партиципація сприяє причетності викладачів до закладу освіти. Наслідки і результати партиципації розглядаються на особистісному, організаційному і соціальному рівнях. На особистісному рівні вона сприяє зростанню мотивації співробітників, їх особистісному розвитку, саморегуляції, формуванню когнітивних і соціальних компетенцій. На організаційному рівні партиципація впливає на корпоративну культуру, корпоративні відносини, корпоративну ідентичність і імідж організації. Партиципація також забезпечує автономію співробітників щодо часткової або повної свободи у прийнятті рішень [6].

Корпоративна ідентичність викладача закладу освіти може бути визначена за мірою його лояльності до організації. В основу підходів до вивчення лояльності науковці вкладають такі домінуючі її ознаки: лояльність як ставлення; лояльність як поведінка. Увага акцентована на прояві ставлення до організації, що виражається у поведінкових категоріях: спілкування з колегами і керівництвом, готовність до прояву ініціативи; лояльність як намір. Це оцінка ставлення до організації у довгостроковій перспективі, її місця у життєвих і професійних планах.

Лояльність виражає ступінь чи міру ідентичності співробітника з організацією. Тому лояльність працівника або його зобов'язання перед організацією можна розглядати як рівень, на якому співробітник ідентифікує себе з організацією і намагається долучитись до активної участі в її діяльності. Рівень зобов'язань відображає віру працівника в місію і цілі організації, бажання зробити свій внесок в її процвітання і намір працювати в ній [1, с. 63].

Розглянемо детальніше складові корпоративної ідентичності, методи і форми їх формування.

До компонентів *інтеграції* слід віднести:

1. *Брендинг*, мета якого полягає у формуванні в співробітників позитивно забарвленого образу організації через діагностику поточного сприйняття бренду співробітниками; формування нових характеристик бренду «Заклад освіти – соціум»; формування образу організації у співробітників (історія закладу освіти, фільм про організацію, музей, публічний звіт закладу освіти, звіт для співробітників, матеріали в корпоративних ЗМІ, корпоративна атрибутика); формування єдиних стандартів оформлення території закладу освіти, робочих майданчиків, навчальних і адміністративних кабінетів, документів, заходів.

2. *Корпоративні ЗМІ* – забезпечують створення єдиного інформаційного простору закладу освіти, трансляцію «позитивних» норм, правил, еталонів поведінки тощо та реалізуються через наявність електронної газети (поширюється по e-mail); корпоративної газети, журналу «Життя чудових людей» (розповіді про керівників закладу освіти, «героїв», рядових співробітників); корпоративний інтернет-портал, відеожурнал тощо.

3. *Корпоративні стандарти*, мета яких полягає у підвищенні керованості організації за рахунок створення єдиних стандартів діяльності. Для формування корпоративних стандартів необхідно виявити розбіжності у формах і методах роботи; підкреслювати альтернативні, авторські, передові технології навчання і виховання, тиражувати успішний досвід; забезпечити обмін досвідом на корпоративних конференціях і семінарах; заохочувати створення стандартів у всіх галузях діяльності організації.

Наступною складовою корпоративної ідентичності є *залучення*, що охоплює такі компоненти:

Навчання та розвиток персоналу, мета яких – розвиток закладу освіти шляхом підвищення кваліфікації та забезпечення безперервної освіти і самоосвіти її співробітників; формування у працівників «правильних» способів вирішення завдань.

Корпоративні конференції, семінари передбачають створення єдиного інформаційного середовища освітнянської організації, налагодження горизонтальних зв'язків, інтеграцію; залучення працівників до розвитку корпоративних технологій; надання можливостей для професійного зростання через конференції керівників (стратегії розвитку закладу освіти, нові управлінські технології, передовий досвід, неформальне спілкування); конференції фахівців (новини в освітній галузі, затвердження єдиних стандартів, неформальне спілкування); внутрішнє стажування (обмін досвідом).

Конкурси, заохочення ініціатив – сприяють залученню працівників до активної участі в проектах розвитку закладу освіти, мотивації на результат у щоденній роботі, формуванні почуття соціальної значущості, виявленні нових «героїв» компанії, демонстрації винагороди за «правильну» поведінку через різноманітні конкурси, а також через вивчення пропозицій від усіх співробітників щодо поліпшення роботи закладу освіти.

До компонентів *лояльності* належать:

Соціальні програми, пільги і привілеї, мета яких полягає у підвищенні лояльності співробітників за рахунок задоволення їх базових потреб (безпеки, здоров'я), вирішенні частини особистих сімейних проблем, демонстрації турботи й підтримки через реалізацію соціальних програм (покращення умов праці, харчування, можливість відвідування спортивних секцій, басейну) та систему нематеріальної мотивації.

Корпоративні свята, привітання – сприяють підвищенню лояльності за рахунок перенесення позитивних емоцій свята на образ закладу освіти; формуванню почуття гордості за організацію, брендинг; інтеграції нових співробітників; залученості до реалізації цілей організації шляхом знайомства з корпоративними цілями, цінностями і «героями»; командоутворенню. Цей компонент реалізується через державні і професійні свята; фінали та нагородження за професійними конкурсами, підсумками роботи за рік; дні народження організації, зустрічі випускників, вітання співробітників (з днем народження, ювілеєм, річницею роботи в закладі освіти, новим призначенням, державними та професійними святами); вітальні листівки колишнім співробітникам – почесним пенсіонерам закладу освіти.

Сімейні програми – передбачають підвищення лояльності співробітників за рахунок демонстрації поділу організацією значущих для більшості людей сімейних цінностей; підвищення престижу роботи організації в очах співробітників та їх найближчого оточення за рахунок розробки й упровадження програми «Моя сім'я» (фінансова та організаційна допомога співробітникам у критичних життєвих ситуаціях: народження дитини, втрата близької людини тощо).

Спорт, культура, благодійність, екологія – забезпечують формування лояльності закладу освіти шляхом демонстрації спільності поділених цінностей через організацію корпоративних спортивних заходів, чемпіонатів, олімпіад; концертів популярних музикантів, виконавців; спільну участь організації та педагогів у благодійних програмах; огляд і роз'яснення співробітникам заходів, що проводяться закладом на тему захисту екології.

На нашу думку, корпоративна ідентичність сприятиме покращенню мікроклімату в колективі, слугуватиме розвитку самостійності та ініціативності його членів, збільшенню відповідальності та підвищенню конкуренто-спроможності закладу освіти.

Важливим кроком у загальному плані розвитку корпоративної культури також буде оцінка змін, нових зусиль, що спрямовуються на подальший розвиток культури організації, їх підтримку.

Безперечно, професійна діяльність керівника закладу освіти значною мірою визначається рівнем розвитку й модальністю (позитивною чи негативною) корпоративної культури. Спеціаліст із менеджменту Е. Шейн підкреслює, що «ефективність праці керівника залежить від його здатності не тільки розуміти значення культури та вміти працювати в ній, а й управляти нею» [13].

Відтак, безпосередній вплив на характер корпоративних відносин у закладі освіти здійснює його керівник. Від обраного стилю керівництва залежить забезпечення оптимальних умов і характеру праці співробітників. Ділові і особистісні якості керівника є провідними чинниками формування і розвитку системи ділових відносин у закладі освіти. Саме ці якості керівника впливають на сприйняття його трудовим колективом, на уявлення викладачів про перспективи розвитку закладу освіти, про можливість виконання його місії. Соціальна роль керівника оцінюється співробітниками за його умінням вибудовувати корпоративні ділові та міжособистісні відносини в колективі. Жорстка регламентація керівником корпоративної поведінки співробітників сприймається як обмеження свободи особистості, призводить до дефектності ділових і міжособистісних корпоративних відносин.

Висновки. Практика багатьох успішних організацій, керівники яких піклуються про формування і розвиток корпоративної культури, дає підставу стверджувати, що вона вибудовується на культурі міжособистісних стосунків, культурі ділового спілкування та є ефективним інструментом управління організацією. Існує стійкий зв'язок між ступенем розвиненості корпоративної культури в організації та результатами її діяльності.

Зважаючи на зазначене вище, узагальнимо: корпоративна культура – це стиль життєдіяльності організації, що створює середовище, яке вимагає від людини не механічного виконання своїх функціональних обов'язків, а максимального розкриття свого потенціалу для досягнення спільної мети.

Ступінь задоволення співробітників корпоративними відносинами у закладі освіти залежить від ділових та особистісних якостей керівника, від якості комунікацій між керівником та його підлеглими, від отримання об'єктивної інформації щодо стану закладу та можливостей його розвитку.

Ефективність діяльності закладу освіти залежить від стану сформованості корпоративної культури. Суспільні зміни вимагають відповідних трансформацій у корпоративній культурі таких організацій.

Список використаних джерел:

1. Гнезділова К. М. Корпоративна культура викладача вищої школи: навчально-методичний посібник / К. М. Гнезділова - Черкаси: ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2013. - 124 с.
2. Гуменюк В. В. Діагностика професійної компетентності керівника школи / В. В. Гуменюк, Ж. О. Сенчук. – Кам'янець-Подільський : Видавець Д.Г. Зволейко, 2010. - 136 с.
3. Иванова Н. Л. Социальная идентичность и профессиональный опыт личности: монография / Н. Л. Иванова, Е. В. Конева. - Ярославль, 2003. - 132 с.
4. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012-2021 роки [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.mon.gov.ua/images/files/news/12/05/4455.pdf>.
5. Освітній менеджмент : навч. посіб. / за ред. Л. Даниленко, Л. Карамушки. - К. : Шкільний світ, 2003. - 400 с.
6. Романько И. Н. Изучение организационной партиципации как составляющей процесса коммуникации в организациях Электронный ресурс / И. Н. Романько // Психологические исследования. - 2011. - № 2(16) - Режим доступу: www.psystudy.ru
7. Сенчук Ж. О. Формування ефективної команди управління інноваційними змінами в закладі освіти / Ж. О. Сенчук // Імідж сучасного педагога : наук.-практ. освітньо-популярний часопис. - 2012. - № 2 (121). - С.12-16.
8. Серкіс Ж. В. Організаційна культура школи : методичні рекомендації для керівників закладів середньої освіти та практичних психологів / Ж. В. Серкіс. - Рівне : РОІППО, 2002. - 49 с.
9. Скібіцька Л. І., Скібіцький О. М. Менеджмент : навч. посібник / Л.І.Скібіцька, О. М. Скібіцький. - К. : Центр навчальної літератури, 2007. - 416 с.
10. Спивак В. А. Корпоративная культура: теория и практика / В. А. Спивак. - Спб., 2001. - 240 с.
11. Чайка Г. Л. Організація праці менеджера : навч. посібник / Г. Л. Чайка; передмова Г. О. Шепелюк. - К. : Знання, 2007. - 420 с. - (Вища освіта XXI століття).
12. Шакурова М. Корпоративная идентичность и конкурентоспособность школы / М. Шакурова // Народное образование. - 2007. - № 10. - С. 257-260.
13. Шейн Э. Г. Организационная культура и лидерство / Э. Г. Шейн. - Спб., 2001. - 360 с.