

Корпоративна культура як передумова забезпечення конкурентоспроможності навчального закладу

Розглядаються теоретичні аспекти корпоративної культури загальноосвітнього навчального закладу як фактора забезпечення конкурентоспроможності навчального закладу в умовах ринкової економіки.

Ключові слова: культура, корпорація, корпоративна культура, конкурентоспроможність, імідж, ринкова економіка.

Beneda T. I. Corporate Culture as a Precondition for Competitiveness of an Educational Institution.

The theoretical aspects of corporate culture of a general educational institution as a factor in ensuring the competitiveness of an educational institution in the market economy environment are considered in the article.

Key words: culture, corporation, corporate culture, competitiveness, image, market economy.

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Сучасна ситуація у нашій країні характеризується кардинальними змінами в політичній, економічній, соціальній та культурній сферах людської діяльності, що зумовлює необхідність пошуку нових підходів і методів до управління навчальними закладами. Сучасні вчені-педагоги шукають різні шляхи та способи оптимізації й підвищення якості освітнього процесу, природно припускаючи, що нові моделі, методи і технології, ґрунтовані на повазі до прав, свобод, можливостей особистості, дозволяють забезпечити високий рівень навчання й виховання. У тактичному плані це безперечно, але досвід примушує пригадати істину про те, що успіх будь-якої справи на 80 % залежить від якості управління тією чи іншою організацією, а управління у свою чергу повинно базуватись на точних концептуальних підставах.

Особливістю управління загальноосвітнім навчальним закладом у сучасних умовах є необхідність залучення до вирішення шкільних проблем різних соціальних інститутів. Розширення громадських основ в управлінні, надання більшої самостійності безпосереднім суб'єктам управління – навчальним закладам – сприяє об'єктивному й усебічному визначеню різних і специфічних освітніх послуг відповідно до вимог ринкових методів господарювання, адекватного реагування на прискорені соціально-економічні та науково-технічні зміни в суспільстві.

В умовах ринкової економіки навчальні заклади надають освітні послуги і, щоб забезпечити високу конкурентоспроможність, повинні створювати високий імідж навчального закладу в соціумі, залучаючи до співпраці усіх суб'єктів, які мають інтереси у сфері освіти.

Є різні підходи до створення образу навчального закладу. Досвід показує, що основними критеріями для створення позитивного іміджу організації є:

- виконання соціально значимої справи;
- високий авторитет керівництва;

- наявність позитивних напрацювань;
- уміння зробити позитивний резонанс навколо позитивних напрацювань.

У зв'язку з цим постає необхідність розвитку корпоративної культури навчального закладу та корпоративної компетентності його керівника. Відповідно змінюються вимоги до професійної культури керівників як складової корпоративної культури та необхідності її удосконалення в курсовий і міжкурсовий періоди системи підвищення кваліфікації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Розгляд наукових джерел вітчизняних та зарубіжних вчених з проблеми управлінської культури підтверджує, що дослідження із зазначеної проблеми проводилися і далі тривають у різних аспектах, зокрема: загальні аспекти управління професійною культурою (Н. Федорова, Т. Зайцева, С. Бові), визначення рівня управлінської культури керівника (Л. Васильченко, Д. Петrusяк), критерії організаційної культури керівника підприємства в управлінській діяльності (Я. Радченко), управлінська культура особистості як соціально-педагогічний феномен (О. Атласова), професійна компетентність менеджерів (Л. Даниленко, Г. Єльникова, І. Зязун, О. Мармаза, А. Маслоу та ін.), розвиток організаційної культури (Г. Зінченко, Е. Шейн та ін.), напрямки розвитку професійної культури державних службовців (В. Ігнатов, М. Логунова та ін.). Це далеко не повний перелік наукових досліджень різних аспектів управлінської культури.

Але сам термін «корпоративна культура» з'явився лише наприкінці ХХ ст. Ним користувалися менеджери успішних корпорацій для позначення загального клімату організації та характерних методів роботи з персоналом. А тому дослідження проблеми корпоративної культури як необхідної умови розвитку навчального закладу та передумови забезпечення його конкурентоспроможності залишається актуальним.

Метою статті є спроба дослідження суті корпоративної культури навчального закладу,

обґрунтування її змісту та визначення факторів, що впливають на її формування і розвиток.

Завдання дослідження: зосередити увагу на необхідності забезпечення формування корпоративної культури навчального закладу; висвітлити особливості його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Зважаючи на міжгалузевий характер, питання корпоративної культури організації знайшло висвітлення у наукових працях і публікаціях із соціології, культурології, менеджменту, соціальної психології, педагогіки вищої школи, освітнього менеджменту, економіки, аналіз яких дозволяє окреслити сутність корпоративної культури. Також можна стверджувати про наявність суттєвих розходжень дослідників щодо тлумачення таких понять, як «корпоративна культура» й «організаційна культура»: корпоративна культура тотожна організаційній культурі; корпоративна культура є частиною організаційної культури; корпоративна культура – це культура великих виробничих об'єднань із певною формою економічної і юридичної структури (корпорацій); корпоративна й організаційна культури – це самостійні феномени.

З позиції менеджменту розмежування понять «організаційна культура» і «корпоративна культура» відбулось у процесі переходу від традиційного менеджменту, якому притаманні адміністрування, пріоритет виробництва над людиною, до соціально-етичного менеджменту, для якого є характерним перенесення акценту на гуманізацію праці, гармонізацію відносин із громадою і владними структурами, що виходять за межі трудових відносин, і до духовного менеджменту. Переход від традиційного до соціально-етичного менеджменту знаменується появою поняття «організаційна культура», а переход від соціально-етичного до духовного – «корпоративна культура». За існуючими визначеннями корпоративна культура – це: набір базових цінностей, пріоритетів, правил і норм, які визначають трудову поведінку працівників, забезпечують конструктивну взаємодію в колективі та сприяють успішному функціонуванню організації в зовнішньому середовищі. Корпоративну культуру не можна розглядати як «сталій» феномен. З наукової літератури відомо також, що корпоративною культурою організації вважають спосіб вираження основних цінностей в організаційній структурі, системі управління та кадровій політиці.

Отже, основою корпоративної культури є система (сукупність) цінностей, переконань, норм і правил, що приймаються і поділяються більшістю працівників та базуються на загальному культурному рівні суспільства, нормах моралі, діловій практиці.

Корпоративна культура покликана шляхом внутрішньої інтеграції адаптувати організацію до тих змін у навколошньому середовищі, які:

- склалися у закладі за час його діяльності;
- відображають його індивідуальність;
- поділяються більшістю працівників закладу;
- виявляються в поведінці кожного працівника і його взаємодії з навколошнім середовищем.

В умовах створення позитивного іміджу навчального закладу постає проблема перед кожним

керівником і педагогічним колективом, як представити унікальність закладу, його специфіку та особливості. Зовнішнє інформаційне поле навчального закладу створюється через розроблення концепції школи, освітніх проектів, програми розвитку, іншої інформаційної реклами. На сьогодні кожна школа має свою програму розвитку, символіку, логотип, форму одягу, стилізоване приміщення, запровадила друковані видання. У сукупності ці матеріалізовані параметри складають зовнішній імідж навчального закладу. Але внутрішню його життєдіяльність можна відстежити за освітнім простором, розвивальним середовищем, психологічним кліматом, корпоративною культурою. Саме корпоративна культура навчального закладу визначає його внутрішнє життя.

Культура створюється людьми, отже нею можна управляти у такому руслі, щоб забезпечити успішне функціонування закладу в соціумі. Формування корпоративної культури – це надзвичайно складний і тривалий процес, який є наслідком і результатом попередніх дій щодо її створення. Те, що створювалося і формувалося роками, треба змінювати до вимог часу, а це вимагає додаткових зусиль – руйнування усталених стереотипів. Свідомість – це живуча категорія, яка практично не змінюється, або потрібен довготривалий час для її зміни. Якщо взяти до уваги, що педагогічні працівники – представники консервативної професії з усталеним мисленням, думками, поведінкою, зі сформованим ставленням до роботи, інших педагогічних працівників, то треба докласти чималих зусиль, щоб навчитись мислити і взаємодіяти по-новому.

Корпоративна культура є системою формальних і неформальних правил, норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, особливостей поведінки працівників, стилю керівництва, показників задоволеності умовами праці, рівнем співпраці тощо. Корпоративна культура створюється всіма учасниками навчально-виховного процесу, визначає реакції на зовнішні та внутрішні виклики й стандартні шляхи розв'язання виробничих завдань.

Щоб домогтися того чи іншого ставлення, необхідне опанування окремих механізмів формування такого ставлення. Саме тому культура навчального закладу є практикою менеджменту, безпосереднім матеріалом, на якому здійснюються формування необхідних реакцій та поведінки.

Навчальний заклад, як і будь-яка організація, складається з окремих елементів, тобто має свою структуру (відділи, служби, групи, об'єднання тощо), їхніх ролей і відносин, визначених ієархією, установленими правилами поведінки та неписаними нормами. Ці ролі, відносини мають офіційні й неофіційні аспекти. Тому корпоративна культура навчального закладу є різновекторною, тобто: з одного боку вона орієнтована на ролі (процедури і правила поведінки), з іншого – на завдання (швидкість і гнучкість виконання) та людину (потенціал працівників).

За класифікацією Едгара Шейна, є **три рівні корпоративної культури**.

Перший, поверховий, рівень складають видимі об'єкти: фізичні символи, манера одягатися і спілкуватись, правила поведінки, організаційні

Наукові публікації

церемонії, розміщення приймальні. Усе це можна побачити, почути або зрозуміти, спостерігаючи за поведінкою інших членів організації.

Другий рівень – спільні цінності й переконання, які свідомо поділяють і культівують працівники навчального закладу. Це проявляється в їхніх розповідях, символах, які використовуються.

Деякі цінності вкорінюються у корпоративній культурі так глибоко, що співробітники просто перестають їх помічати, – це і є третій рівень корпоративної культури. Саме вони керують поведінкою та рішеннями людей на підсвідомому рівні.

Культура навчального закладу ґрунтуються на тому, що кожен індивід намагається якісно виконувати доручені йому обов'язки, педагоги мають більшу свободу і більшу відповідальність, колеги довіряють один одному і підно співпрацюють.

У навчальному закладі працює колектив педагогів, кожен з яких має свій світогляд, систему цінностей, мотиви діяльності, стиль поведінки, тобто є носієм власної культури. Адаптувшись у групі, педагоги коригують свою особисту культуру з урахуванням взаємодії з іншими, таким чином виробляється спільна для певної групи субкультура. Кожна субкультура виробляє свої норми, які впливають на членів групи. Ті групи педагогів, які мають спільне професійне минуле, виробляють достатньо стійку субкультуру як основу засвоєної поведінки, що передається новим працівникам.

Таким чином, структурно корпоративну культуру навчального закладу можна представити у такому вигляді: культура навчального закладу; культура підрозділу; культура кожного працівника. При цьому кожна структурна група корпоративної культури має свою характеристику.

Для характеристики культури педагогічних працівників можна виділити такі параметри:

- психологічні властивості (система цінностей, характер, темперамент та ін.);
- професійні дані, що визначають стиль поведінки і творчий потенціал (кваліфікація, досвід, компетентність);
- соціальні, що визначають ставлення працівника до суспільства, роботи, навчального закладу.

До параметрів, які характеризують культуру підрозділу, відносяться:

- умови для професійної праці;
- система цінностей, цілі й завдання підрозділу;
- стиль взаємин працівників підрозділу;
- стиль керівництва персоналом підрозділу (участь працівників у виробленні рішень, ступінь демократичності, гласності, колегіальності);
- ставлення до умов праці (санітарно-гігієнічні умови, організація робочого місця тощо);
- ставлення до системи заохочення професійних досягнень;
- система відбору працівників під час прийому на роботу;
- система адаптації нових працівників;
- система інформування працівників підрозділу;
- неформальні відносини у підрозділі, традиції, ритуали.

Корпоративна культура навчального закладу характеризується: місією, цілями й завданнями діяльності, спільними цінностями та параметрами, які характеризують:

- участь педагогів у вирішенні ключових проблем;
- інформованість громадськості;
- зв'язок оплати праці з успішністю професійної діяльності;
- історію, традиції, ритуали;
- роль корпорації в житті персоналу (захищеність, система стимулювання та ін.);
- роль навчального закладу на регіональному, загальнонаціональному чи міжнародному рівні;
- відкритість навчального закладу, його авторитет, імідж.

Кожен керівник, його заступники, педагогічний працівник хоче, щоб навчальний заклад, у якому вони працюють, був успішним. Але, щоб говорити про досягнення успіху, слід чітко усвідомити, якого саме успіху прагне досягнути навчальний заклад, – громадського визнання, утвердження і підвищення свого престижу, забезпечення, підвищення духовного рівня, високих моральних цінностей і чеснот, гарного виховання учнів, здобуття ними ґрутових і різновідніх знань, фізичного розвитку. Для цього успіх має прогнозуватися і бути оформленім у вигляді зрозумілої і чітко окресленої мети. Кожен навчальний заклад для досягнення своєї мети повинен розробити свої шляхи її досягнення, свою систему стандартів культури навчального закладу, узгоджену з її метою.

Існує два типи організації, відповідно до яких визначається успіх: структурована та органічна. Структурована організація бачить свою метою досягнення цілей і чітку відповідність формальним критеріям успіху, якими є престиж, статус, респектабельність. Інша, органічна, ставить за мету внутрішнє відчуття комфорту, задоволення тим, що вдалося досягти. Її метою є успішна адаптація до умов, збереження гарних стосунків, оптимізму, хорошого самопочуття. Перша організація більше сама підлаштовується під певний стандарт успіху, друга – пристосовує успіх до себе. Необхідно працювати над створенням органічно структурованої організації, яка б поєднувала стабільність і чіткість, розподіл обов'язків і функцій з гнучкістю, необхідною для задоволення постійно змінних потреб суспільства, із здатністю змінюватися та можливістю читися.

Корпоративна культура є складовою частиною загальної культури, а значить, функції загальної культури можна застосувати і до неї. Для навчального закладу можна визначити такі:

- освоювально-перетворювальна;
- накопичування і передача досвіду через традиції;
- комунікативна;
- нормативно-регулятивна;
- прогностична;
- гедоністична;
- захисна.

Згідно з освоювально-перетворювальною функцією ми пізнаємо і видозмінюємо ті чи інші явища навчального закладу, визначаємо нову мету своєї діяльності, шляхи її досягнення, змінюємо, формуємо

імідж навчального закладу, отримуємо визнання на різних рівнях у соціумі.

Функція накопичення і передачі досвіду через традиції дає змогу через зв'язок минулого з теперішнім забезпечити стабільну роботу навчального закладу. Завдяки комунікативній функції здійснюється організоване, взаємовигідне й ефективне спілкування всіх учасників навчально-виховного процесу.

Нормативно-регулятивна функція встановлює норми відносин, вказує на те, що потрібно, а що не потрібно робити, щоб бути успішним у суспільному середовищі.

Через прогностичну функцію навчальний заклад здійснює прогнозування своєї діяльності, втілює нові ідеї, програмує свій розвиток так, щоб у потрібний час досягти тих чи інших важливих цілей.

Гедоністична функція навчального закладу має естетичний характер. Це функція задоволення: необхідне не тільки досягнення тих чи інших цілей, а й врахування задоволення, відчуття комфорту, які зумовлені належністю саме до цієї культури, до цього товариства.

Захисна функція дає нам змогу бачити культуру як набір засобів, що можуть захищати людину від нерозуміння, відчуження, надмірної відвартості, безграмотного спілкування. При цьому культура навчального закладу повинна мати міцне національне підґрунтя і базуватися на національному менталітеті. Культуротворчими компонентами мають бути мудрість, віра, свобода, здоров'я, інтелект. У цьому контексті простежуються такі індивідуальні риси педагогічних працівників:

- висока національна самосвідомість і почуття патріотизму;
- висока громадянська позиція;
- добре розвинений інтелект (творчі, синтетичні здібності);
- шляхетність; прагнення до незалежності;
- витривалість, витримка, терплячість;
- висока моральність;
- тонкі емоції (чуйність, чутливість);
- культуротворчість (потяг до мистецтва, естетики);
- етичність і такт, чемність.

Ці риси є реальною психологічною основою для формування культури навчального закладу як такої, що узгоджується з національними особливостями. Способ діяльності навчального закладу повинен утверджувати позитивні аспекти національної культури, що є особливо актуальним сьогодні, в умовах масового

зниження культури, нерозуміння або розмитого уявлення про національну ідею, економічної кризи, політичної нестабільності, корумпованості суспільства, соціальної напруги, пов'язаної зі зниженням рівня життя, подіями на Півдні та Сході нашої країни.

Висновки. Вивчення наукових підходів до сутності й змісту корпоративної культури дають можливість зробити висновок, що корпоративна культура – це спосіб вираження основних цінностей в організаційній структурі, системі управління та кадровій політиці.

Складовими корпоративної культури навчального закладу є:

- соціально-психологічний клімат;
- кадрова політика;
- світогляд персоналу;
- система цінностей персоналу;
- норми поведінки і вимоги до персоналу;
- стилі поведінки;
- імідж.

Корпоративна культура є частиною загальної культури і, у свою чергу, включає різні види культури (організаційна, педагогічна, управлінська, правова, політична, економічна, мовна, морально-етична, культура діловодства та ін.). Корпоративна культура виконує функції внутрішньої інтеграції та зовнішньої адаптації. Завдяки внутрішній інтеграції виробляються, встановлюються і здійснюються норми взаємодії між членами організації. Зовнішня адаптація допомагає пристосуватись до зовнішніх змін. Корпоративна культура проявляється через дії, ставлення, поведінку, реакції. У навчальному закладі мають бути позитивними дії, гуманним – ставлення, унормованою – поведінка, адекватними – реакції. Навчальний заклад є практикою менеджменту. Тому ціннісні установки повинні визначатися, правила унормовуватися для всіх однакові, дії прогнозуватися, плануватися, контролюватися й аналізуватись.

Позитивні дії, поведінка, ставлення мають заохочуватися через систему моральних і матеріальних стимулів. Щоб створити позитивний імідж навчальному закладу, необхідно досягнути успіху, щоб досягнути успіху – необхідно працювати над забезпеченням у своїй культурі:

- чіткого визначення успіху як певної мети;
- розроблення шляхів досягнення цієї мети;
- постійного взаємозв'язку між діями та метою;
- поєднання у своїй діяльності структурного та органічного підходів.

Література

1. Василенко Л. В. Управлінська культура і компетентність керівника [Текст] / Л. В. Василенко. – Х. : Основа, 2007. – 176 с.
2. Карамушка Л. М. Психологія організаційної культури (на матеріалі промислових підприємств) : навч. посібн. [Текст] / Л. М. Карамушка, І. І. Сняданко. – К.–Львів : Край, 2010. – 212 с.
3. Мармаза О. І. Інноваційні підходи до управління навчальним закладом [Текст] / О. І. Мармаза. – Х. : Основа, 2004. – 240 с.
4. Освітній менеджмент : навч. посібн. [Текст] / за ред. Л. Даниленко, Л. Карамушки. – К. : Шкільний світ, 2003. – 400 с.
5. Пікельна В. С. Новітні підходи до управління навчальними закладами [Текст] / В. С. Пікельна // Управління школою. – 2003. – № 11. – С. 8–14.
6. Полулях В. Менеджмент культури [Текст] / В. Полулях // Директор школи, ліцею, гімназії. – 2009. – № 5. – С. 50–58.
7. Рябуха М. Корпоративна культура ліцею як необхідна умова його розвитку [Текст] / М. Рябуха // Сучасна школа України. – 2012. – № 1. Вкладка. – С. 2–6.
8. Спивак В. А. Корпоративна культура [Текст] / В. А. Спивак. – СПб. : Пітер, 2002. – 394 с.
9. Шейн Е. Організаційна культура та лидерство : пер. с англ. [Текст] / Е. Шейн ; под. ред. В. А. Спивака. – СПб. : Пітер, 2002. – 336 с.
10. Удосконалення та розвиток корпоративної культури компанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/hrm/hrm063.html>.