



терактивних технологій у вищих навчальних закладах : дис. доктора пед. наук: спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / І. Мельничук. – Тернопіль, 2011. – 585 с.

11. Курдюмов С. Синергетика – теория образования: идеи, методы, перспективы / С. Курдюмов, Г. Маленецкий. – М. : Знамя, 1993. – 64 с.

12. Пригожин А. Нововведения: стимулы и препятствия (социальные проблемы инноватики) / А. Пригожин. – М., 1989. – 270 с.

13. Хакен Г. Синергетика. Иерархии неустойчивостей в самоорганизующихся системах и устройствах / Г. Хакен. – М. : Мир, 1985. – 456 с.

14. Буданов В. Синергетический подход в образовании / В. Буданов // Образование и интеграция. – М. : Изд-во МГУ, 1996. – Вып. 1. – С. 26–35.

15. Шевелева С. Открытая модель образования (синергетический подход) / С. Шевелева. – М. : Магистр, 1997. – 47 с.

16. Кузьмина Н. Акмесинергетический подход в образовании / Н. Кузьмина, С. Пожарский // Акмеология развития: сб. статей. – СПб., 2006. – С. 7–22.

17. Кремень В. Синергетика в освіті: контекст людиноцентризму : [монографія] / В. Кремень, В. Ільїн. – К. : Педагогічна думка, 2012. – 368 с.

18. Гузій Н. Категорія професіоналізму в теорії і практиці підготовки майбутнього педагога : дис. д-ра пед. наук: спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / Н. Гузій. – Київ, 2007. – 577 с.

19. Гузій Н. Категорія професіоналізму в теорії і практиці підготовки майбутнього педагога : дис. д-ра пед. наук: спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / Н. Гузій. – Київ, 2007. – 577 с.

20. Хакен Г. Синергетика. Иерархии неустойчивостей в самоорганизующихся системах и устройствах / Г. Хакен. – М. : Мир, 1985. – 456 с.

21. Радчук Г. Аксиопсихологія вищої школи : [монографія] / Г. Радчук. – Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2014. – 380 с.

УДК 37.014.623

ЦІННОСТІ ТА ПЕРЕКОНАННЯ ЯК СКЛАДНИКИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПРАЦІВНИКІВ У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Кузьменко Н.М., д. пед. наук,
доцент, професор кафедри педагогіки
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Самусенко В.О., студентка магістратури
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

У статті проаналізовано особливості формування корпоративної культури працівників у закладі вищої освіти, зокрема основні її складники, рівні, ознаки, а також стратегію й етапи її формування. Розкрито специфіку таких складників корпоративної культури, як цінності та переконання. Розроблено рекомендації щодо формування та збереження корпоративних цінностей і переконань працівників у вищій школі.

Ключові слова: корпоративна культура, заклад вищої освіти, цінності, корпоративні цінності, переконання, управління у сфері освіти.

В статье затронута проблема формирования корпоративной культуры работников в высшем учебном заведении. Проанализированы составляющие, уровни и признаки корпоративной культуры, а также стратегия и этапы её формирования. Раскрыты такие составляющие корпоративной культуры, как ценности и убеждения. Предложены рекомендации по формированию и сохранению корпоративных ценностей и убеждений у сотрудников в высших учебных заведениях.

Ключевые слова: корпоративная культура, заведение высшего образования, ценности, корпоративные ценности, убеждения, управление в сфере образования.

Kuzmenko N.M., Samusenko V.O. VALUES AND CONVICTIONS AS THE COMPONENTS OF THE HIGH SCHOOL EMPLOYEES' CORPORATE CULTURE

The article contains an analysis of the corporate culture of higher educational establishments including its components, levels and characteristics as well as strategy and stages of the formation. It is proved that corporate values and convictions are the main components of the employees' corporate culture. It is developed recommendations regarding the ways of forming and keeping of the corporate values and convictions at the high school.

Key words: corporate culture, high school, values, corporate values, convictions, management in education.



Постановка проблеми. На сучасному етапі реформування вищої освіти України корпоративна культура працівників у вищій школі має неабияку значущість і розглядається сучасними науковцями як система матеріальних і духовних цінностей, ступінь високої репутації, імідж, який створюється в умовах конкуренції. Необхідною умовою трансформації вищої школи є введення моделі корпоративної культури. Реалізація цієї моделі дає змогу здійснювати погодження норм і цінностей із принципами функціонування закладу вищої освіти; координати внутрішніх і зовнішніх процесів; налаштування співробітництва; виховання почуття однієї команди. Корпоративна культура закладу вищої освіти має подвійну природу: по-перше, це культура досягнення інтересів на ринку освітніх послуг, по-друге, це традиційна академічна культура, заснована на збереженні педагогічних цінностей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою вивчення корпоративної культури організацій, зокрема закладів вищої освіти, займалися А. Алтайцев, І. Ігнат'єва, О. Гарафонова, Л. Балабанова, О. Сардак, В. Козлов, В. Кубко, А. Воронкова, М. Баб'як та ін. До складу корпоративної культури входять цінності та переконання працівників, які працюють у певному вищому навчальному закладі. Вони відіграють основоположну роль та є підґрунтям корпоративної культури, що було доведено в працях Г. Чайки, М. Варій, В. Кубко, В. Козлова. Незважаючи на наявність значної кількості наукових досліджень щодо корпоративної культури закладів вищої освіти, більш детального дослідження потребує проблема формування та збереження корпоративних цінностей і переконань.

Постановка завдання. Мета статті полягає в розкритті особливостей корпоративної культури, зокрема цінностей і переконань науково-педагогічних працівників.

Завдання статті – проаналізувати особливості корпоративної культури в закладах вищої освіти та визначити можливі шляхи формування й збереження цінностей і переконань у працівників вищої школи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Корпоративна культура є необхідною складовою частиною ефективного функціонування внутрішньої системи та зовнішніх зв'язків закладу вищої освіти та його конкурентної спроможності. За визначенням І. Ігнат'єва й О. Гарафонової, корпоративна культура – це «система особистих і колективних цінностей, які сприймаються й поділяються членами організації, а також набір прийомів і правил вирішення проблеми зовнішньої адаптації та внутріш-

ньої інтеграції працівників, що виправдали себе в минулому й підтвердили свою актуальність у сьогодні» [5, с. 398].

Корпоративна культура установи повинна включати в себе зібрання найбільш важливих положень діяльності, що визначаються місією установи та стратегією розвитку [5]. А. Алтайцев зазначав, що корпоративна культура університету – це ступінь високої репутації, імідж, який створюється в умовах конкуренції на основі таких критеріїв, як стаж і досвід роботи у сфері освіти, визнання в професійних колах і серед громадськості; репутація й професіоналізм керівництва та викладачів; перспективи розвитку університету; затребуваність випускників і викладачів на ринку праці, рівень їхньої зарплати й кар'єрного зростання; ставлення співробітників університету до студентів; відгуки студентів про навчально-виховний процес; територіальне розташування, зовнішнє й внутрішнє оформлення університету; відкритість та інтегрованість навчального закладу [1].

В. Кубко виділяє такі ознаки розвинутої корпоративної ідентичності в працівників вищих навчальних закладів: високий ступінь поінформованості про історію, цінності, норми; позитивне ставлення до навчального закладу; прийняття та дотримання вироблених норм і цінностей [7].

У будь-якій організації виділяють три рівні корпоративної культури: видимий (поверхневий) рівень (видимі об'єкти, артефакти культури) і невидимі рівні, перший із яких включає виражені в словах і справах працівників загальні цінності й переконання, що свідомо поділяються й культивуються, а другий – базові глибокі переконання, які закладені на підсвідомому рівні. Саме останній рівень і є підґрунтям корпоративної культури [2].

Заклади вищої освіти відповідно до своєї подвійної природи мають два рівні корпоративної культури: зовнішній (місія, мета університету та його імідж у суспільстві, характер освіти, символіка) і внутрішній, який складається з когнітивно-аксіологічного блоку (цінності, знання, переконання, навички, уміння), поведінкового блоку (норми, звичаї, традиції, обряди, ритуали, історії, легенди) і праксеологічного блоку (система інститутів) [7].

Більш детально розглянемо такі складники внутрішнього рівня корпоративної культури працівників закладів вищої освіти, як цінності та переконання.

Цінності, за визначенням Г. Чайки, – це ті поняття, які використовуються для позначення об'єктів, явищ, а також ідей, які втілюють узагальнені ідеали й виступають



як еталон. К. Клакхон вважає, що без цінностей життя суспільства було б неможливим, функціонування соціальної системи не змогло б зберегти спрямованість на досягнення групових цілей, люди не могли б отримувати від інших те, що їм потрібно в особистісних і емоційних взаємодіях, не відчували б необхідної міри порядку та спільності цілей. Без єдиної системи цінностей організації не могли б стабільно функціонувати й досягати успіху. Отже, цінності становлять ядро корпоративної культури організації, культури спілкування та взаємодії в ній [9].

Сутність корпоративної культури в системі управління персоналом підприємства визначають загальнолюдські цінності (справедливість, свобода, добро та інші). Як складову частину корпоративної культури закладу вищої освіти розрізняють такі види цінностей:

- етичні цінності (визначають, що для навчального закладу може бути поганим і гарним, моральним і аморальним);
- соціально-економічні цінності (описують бізнес освітніх закладів, загальний стратегічний підхід до вибору ключової переваги організації, структуру витрат і правил економічної взаємодії, прийнятні й бажані темпи зростання);
- комунікативні цінності (описують принципи горизонтальних і вертикальних комунікацій).

Цінності організації демонструються за допомогою сукупності дій і заходів – корпоративних ритуалів. Умовно корпоративні ритуали можна поділити на ритуали заохочення, ритуали осуду й ритуали об'єднання [8].

Переконавання, на думку М. Варій, – це «упорядкована система поглядів і усвідомлених потреб особистості, що спонукає людину діяти згідно з власними ціннісними орієнтаціями» [3, с. 999]. В. Кубко стверджує, що спільні переконавання групи та відчуття належності до певної групи визначаються як корпоративність [7]. Як зазначалося раніше, переконавання окремих працівників і колективу в цілому є підґрунтям корпоративної культури організації. Основними джерелами переконавань є виховання, особистий досвід, соціальні стереотипи, авторитети.

Стратегія формування корпоративної культури закладу вищої освіти розгортається у двох планах: внутрішньому й зовнішньому. Зовнішній план – застосування комплексу заходів, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності закладу (досягнення рентабельності й соціального статусу). Внутрішній план – становлення

корпоративних педагогічних цінностей, високої академічної культури, норм педагогічних відносин, які забезпечують сприятливий морально-психологічний клімат, творчу атмосферу в середовищі викладачів, що формує гідність особистості, професійну гордість, а тому забезпечує репутацію закладу вищої освіти [8].

Ураховуючи структуру корпоративної культури, її послідовне формування або корекцію слід розглядати на таких рівнях: загальний (видимі зовнішні факти, а точніше – візуальна основа закладу вищої освіти); поведінковий (загальні норми, правила поведінки, стиль спілкування в закладі вищої освіти); розвиваючий (тренінги, семінари всередині організації) і ціннісний (система колективно розділених цінностей, символів, переконань, зразків поведінки) [4].

В. Козлов виокремлює п'ять основних етапів формування корпоративної культури: вироблення місії, визначення стратегії, основних цілей і цінностей; дослідження корпоративної культури, що вже склалася; розроблення організаційних заходів, спрямованих на формування, розвиток чи закріплення бажаних цінностей і зразків поведінки; цілеспрямований вплив на корпоративну культуру з метою усунення негативних цінностей; оцінка успішності впливу на корпоративну культуру і внесення необхідних корективів [6]. Формування та збереження корпоративних цінностей і переконань у співробітників закладів вищої освіти є процесом багатокomпонентним і довготривалим, що має певні особливості, а саме:

- забезпечення основоположної ролі керівника в закладі вищої освіти;
- керівникові та його заступникам варто сформувати чітку структуру переконань і цінностей і бути їх першими носіями (поведінка має відповідати цінностям), ураховуючи при цьому власні цінності та переконавання, а також унікальність та історичні умови створення й існування закладу вищої освіти;

– дотримання послідовності етапів формування корпоративних цінностей: діагностика наявних цінностей, аналіз стратегічних цілей і місії закладу вищої освіти, аналіз і оцінка основних компетенцій науково-педагогічних працівників, створення списку можливих цінностей, залучення співробітників до обговорення, переведення цінностей на рівень поведінки, затвердження остаточного списку цінностей, залучення всіх співробітників до виконання;

– усвідомлення керівником і співробітниками таких чинників: для чого потрібні саме ці цінності, хто їх реалізовуватиме, які



шляхи будуть підібрані для реалізації, коли вони будуть реалізовані і як саме;

- використання механізму участі (залучення), який включає такі складники: домовитися про поняття, визначити й описати бажаний і небажаний стиль поведінки, визначити цінності, виділити основні принципи (правила);

- орієнтація на людей і формулювання корпоративних цінностей зрозумілою та прийнятною мовою;

- застосування внутрішнього PR: створення систематизованих матеріалів про навчальний заклад і його корпоративну культуру, розроблення корпоративних стандартів, кодексу тощо;

- розроблення системи заохочень і стимулів для зменшення опору (пов'язана з відчуттям належності працівника до навчального закладу);

- застосування безпосереднього й опосередкованого впливу на емоційно-вольову та пізнавальну сфери співробітників, а також використання власного прикладу керівника;

- вплив через зовнішні прояви (поведінка, дії) на внутрішній рівень (розумовий);

- вплив спочатку на тих співробітників, які відкриті для сприйняття нових цінностей;

- систематичне застосування ритуалів (заохочення, осуду й об'єднання).

Висновки з проведеного дослідження. Отже, ми розглянули особливості корпоративної культури закладу вищої освіти, зокрема такі її складники, як цінності та переконання, а також шляхи їх формування й збереження. Керівникові важливо розуміти, що сформувавши, змінити або трансформувати корпоративну культуру (особливо такої зрілої організації, як заклад вищої освіти) досить складно. Тому не потрібно

чекати швидких результатів, проте керівникові варто вірити в корпоративні цінності та реалізовувати їх у своїй поведінці, робити акцент на використанні механізмів участі та спільності у формуванні цінностей і переконань, систематично застосовувати до співробітників стимулюючі заходи.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Алтайцев А. Корпоративная культура университетов США / А. Алтайцев // Идея университета: парадоксы самоописания / Сб. материалов третьей международной научно-практической конференции «Университетское образование: от эффективно-го преподавания к эффективному учению» (Минск, 29–30 апреля 2002 г.) / Белорусский государственный университет. Центр проблем развития образования. – Мн. : БГУ, 2002. – 244 с.
2. Балабанова Л. Управление персоналом : [підручник] / Л. Балабанова, О. Сардак. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
3. Варій М. Загальна психологія : [навчальний посібник] / М. Варій. – К. : «Центр учбової літератури», 2009. – 1008 с.
4. Воронкова А. Корпорації: управління та культура : [монографія] / А. Воронкова, М. Баб'як, Е. Коренев, І. Мажура. – Дрогобич : Вимір, 2006. – 376 с.
5. Ігнат'єва І. Корпоративне управління : [підручник] / І. Ігнат'єва, О. Гарафоновна // Київ. нац. ун-т технологій та дизайну – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 600 с.
6. Козлов В. Корпоративная культура : [учебно-метод. пособие] / В. Козлов. – М. : Альфа – Пресс, 2009. – 304 с.
7. Кубко В. Корпоративна культура як об'єднана основа вищих навчальних закладів / В. Кубко // Вісник Книжкової палати. – 2011. – № 11. – 52 с.
8. Кубко В. Формування корпоративної культури вищих навчальних закладів України / В. Кубко // Культура народів Причорномор'я. – 2014. – № 267. – 232 с.
9. Чайка Г. Культура ділового спілкування менеджера : [навчальний посібник] / Г. Чайка. – К. : Знання, 2005. – 442 с.