

Надія ПІВТОРАК

здобувачка освітньо-професійної програми
«Управління персоналом», ЗУНУ
Науковий керівник: к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту, публічного
управління та персоналу ЗУНУ Ольга ДЯКІВ

УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У ОСВІТНІХ ЗАКЛАДАХ

У сучасних умовах освітня організація не може бути успішною без інноваційного підходу до управління побудовою та розвитком своєї культури. Це включає підходи, що орієнтуються на емоційне лідерство, командну роботу та створення середовища, яке підтримує професійний і особистісний розвиток працівників. Такі аспекти особливо важливі в умовах підвищеної конкуренції, коли заклади освіти прагнуть залучати висококваліфікованих спеціалістів і забезпечувати стабільність свого кадрового складу.

Управління формуванням корпоративної культури освітніх закладів є важливою складовою їхнього функціонування та розвитку. Корпоративна культура визначає, як співробітники сприймають і виконують свої обов'язки, а також як вони взаємодіють між собою та з учнями. У контексті освітніх закладів корпоративна культура зазвичай охоплює: педагогічну етику, стиль спілкування між учасниками освітнього процесу, освітню філософію та місію закладу, ритуали, традиції, символіку [2].

Ці складові сприяють створенню сприятливого психологічного клімату, підвищують рівень довіри всередині колективу та забезпечують узгодженість дій працівників у напрямку досягнення спільної мети.

Відзначимо, що культура організації формується, в більшості випадків, на етапі її створення. Серед основних компонентів корпоративної культури освітньої організації варто виділити: цінності та норми – основні принципи, які регулюють діяльність і взаємовідносини всередині закладу; кодекси поведінки – правила,

які визначають очікувану поведінку співробітників та учнів; організаційні ритуали та традиції – заходи, які сприяють зміцненню командного духу та формуванню спільних цінностей (наприклад, урочисті заходи, наради, спільні проекти); комунікаційні структури – канали та методи обміну інформацією, що сприяють ефективному управлінню та забезпеченню зворотного зв'язку.

Формування ефективної корпоративної культури в освітньому закладі потребує цілеспрямованого управлінського впливу. До ключових механізмів ефективного управління корпоративною культурою належать:

- стратегічне планування розвитку культури – визначення ціннісних орієнтирів, формулювання місії, бачення й довгострокових цілей, які формують основу культурної політики закладу;

- комунікаційна політика – створення відкритих і ефективних каналів комунікації між усіма учасниками освітнього процесу, налагодження зворотного зв'язку, розвиток довіри та прозорості в ухваленні рішень;

- професійний розвиток персоналу – впровадження програм підвищення кваліфікації, наставництва, обміну досвідом, що сприяє поширенню спільних цінностей і професійної єдності;

- командотворення та організаційні заходи – реалізація ініціатив, спрямованих на зміцнення командного духу (тренінги, тимбідінги, корпоративні свята, спільні проекти);

- зворотний зв'язок і рефлексія – системне вивчення думок працівників, аналіз стану культури, оцінка внутрішнього клімату, відкритість до змін і вдосконалення внутрішніх процесів [1].

Застосування цих механізмів у сукупності дозволяє забезпечити цілісність, динамічність і стійкість корпоративної культури освітньої організації. Отож, формування корпоративної культури в освітній організації відбувається через використання ряду основних механізмів, кожен з яких сприяє створенню спільних цінностей, норм, правил і переконань, що поділяються всіма членами колективу. Варто зазначити, що формування

корпоративної культури – це постійний процес, який вимагає залучення всього колективу та готовності адаптуватися до змін, щоб відповідати новим викликам і потребам ринку. Він передбачає постійне навчання персоналу, систематичне підвищення їх кваліфікації, сприяє поглибленню знань і компетенцій викладачів, формує відповідне ставлення до роботи та взаємодії з учнями. Керівництво відіграє у даному процесі ключову роль, демонструючи власну поведінку та цінності, а також розробляючи системи стимулів, що підтримують бажану поведінку та заохочують співробітників до розвитку і вдосконалення.

Важливо відмітити, що формування корпоративної культури в освітніх організаціях в умовах сучасних викликів стикається з такими труднощами, як: зміна потреб учнів та вимог ринку праці, що потребує адаптації цінностей і стандартів; зростання конкуренції між освітніми установами, що підвищує важливість корпоративної культури як конкурентної переваги; цифрова трансформація освіти, яка впливає на форми комунікації та структуру організації.

Отож, управління формуванням корпоративної культури відіграє вкрай важливу роль у забезпеченні стабільного розвитку, ефективної взаємодії та позитивного іміджу освітнього закладу. Культура організації виступає не лише фоном, а й активним інструментом управлінського впливу, який формує поведінкові моделі, міжособистісні відносини та ставлення до змін.

Грамотно організоване управління корпоративною культурою:

- сприяє згуртуванню колективу, формує почуття спільної мети та відповідальності;
- підтримує високий рівень мотивації та залученості працівників;
- забезпечує спадкоємність традицій, водночас стимулюючи відкритість до інновацій;
- формує позитивний мікроклімат, що впливає на якість освітнього процесу;
- посилює авторитет закладу в очах громади, учнів та їхніх

батьків;

– підвищує конкурентоспроможність установи в умовах автономії та ринку освітніх послуг.

Таким чином, ефективне управління корпоративною культурою є необхідною умовою успішної реалізації освітніх цілей, а також забезпечення гармонійного розвитку кожного учасника освітнього процесу в межах спільного ціннісного поля.

Список використаних джерел:

1. Малицький А. А. Концептуальні засади формування організаційно – економічного механізму управління розвитком корпоративної культури підприємства. Економічні перспективи України та світу : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (20–21 вересня 2013 р., м. Чернігів). Чернігівський державний технологічний університет, 2013. С. 83-86.

2. Старицька О.О. Корпоративна культура закладу вищої освіти як фактор здійснення споживчої політики. Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство». 2025. Випуск № 0. С. 65-70.