

компанії і часто надихає на нові ідеї. Для прикладу, досвід компанії Netflix показує, що щирість, як основа корпоративної культури, мотивує працівників вільно висловлювати свої думки стосовно покращення процесів чи формування нових напрямків. [2]

Формування культури компанії включає в себе багато процесів, такі як визначення цінностей та місії, послідовність, заохочення бажаної поведінки, створення сприятливої атмосфери, а також постійне вдосконалення.

Розвиток корпоративної культури – це постійний процес, який потребує часу, ресурсів, участі та відповідальності усіх членів організації, від працівників початкових ланок до топ-менеджерів. Не зважаючи на це, якісно сформована корпоративна культура варта усіх інвестицій, оскільки може допомогти підвищити ефективність роботи, знизити плинність кадрів та підвищити конкурентоспроможність організації, що важить багато у сучасному бізнесі.

Список використаних джерел:

- 1. Тоні Шей. Доставка щастя. Шлях до прибутку, задоволення і мрії. 2010. URL: <http://surl.li/syxjz>*
- 2. Рід Гастінгс. Ерін Маєр. Netflix і культура інновацій. Досвід вдалого переосмислення корпоративної культури. 2020.*

УДК 37.016.4:658.311.6

Стефанишин О. Б.,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту, економіки та туризму,
Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

ПОТЕНЦІАЛ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОСВІТНЬОЮ ОРГАНІЗАЦІЄЮ НА ОСНОВІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Корпоративна культура відіграє важливу роль у забезпеченні життєвого потенціалу навчального закладу, забезпеченні успішності його діяльності та здатності виживати в конкурентному середовищі.

Незалежно від того, на якому етапі життєвого циклу перебуває навчальний заклад, існує два основних шляхи управління корпоративною культурою. Відповідно до першого, управління корпоративною культурою здійснюється зверху вниз.

Передбачається, що стратегічне бачення менеджменту перспективи розвитку освітньої організації, реалізація нею основних цінностей – все це пробуджує ентузіазм і бажання працювати у більшій кількості членів команди. Цей спосіб управління реалізується через публічні заяви, виступи та особистий приклад керівників.

За другим методом управління корпоративною культурою навчального закладу здійснюється знизу вгору. Одночасно увага керівників має бути спрямована на різні деталі реального життя освітньої організації, що вимагає чіткого розуміння ролі та місця корпоративної культури в повсякденному житті освітньої установи. При такому способі контролю активно використовуються такі засоби, як маніпуляції символами і речами з матеріального світу, організація виховання, створення та розробка моделей поведінки службовці та ін.

Хоча корпоративну культуру часто розглядають найбільш стабільним фундаментальним елементом організації, вона характеризується певними змінами, особливо тоді, коли це стосується зміни етапу життєвого циклу організації.

Тобто, існує необхідність як впровадження так і управління змінами в корпоративній культурі. Зміни в корпоративній культурі, що ведуть організацію в майбуття, тобто мають стратегічний характер можуть бути пов'язані з навчальним процесом або освітньо-виховним.

Водночас зазначимо, що освітньо-виховний потенціал сучасної організації освіти є мало досліджений, особливо враховуючи його постійну динаміку. Але не можна не визнавати очевидного – з одного боку, він (потенціал) величезний, але не завжди передбачуваний і, тим більше, не завжди використовується для всебічного та повноцінного розвитку особистості всіх суб'єктів освітнього простору у спілкуванні та в діяльності. З іншого боку, фактори і процеси деструктивності мало вивчені в освітньому середовищі, що реалізує цілі та зміст, можливо, «вчорашнього часу», а часто з використанням застарілих технологій навчання, які є гальмом для розвитку особистості – студентів і викладачів.

Пріоритетом сучасної освіти є професіонал, конкурентоспроможний спеціаліст, компетентний, обізнаний, умілий та креативний, що розбирається в питаннях майбутньої професійної діяльності – відповідно зміст і освітні технології повинні бути адекватні цьому завданню. Але навіть традиційна формула

класичного університету – єдність навчання і дослідження – не завжди реалізується повно у деяких освітніх організаціях. І саме тому багато освічених творчих людей з дипломами про вищу освіту, оволодівши необхідними компетенціями, успішні у роботі та в житті, залишаються бездуховними і аморальними, не знаходячи сенсу життя або швидко втрачаючи своє «єго» – потрапляють у екзистенційний вакуум через втрату сенсу. Тому, сучасний користувач освітніх послуг (студент) часто йде в пошуки чогось новішого, адекватного часу та ринку і ринку праці зокрема. Багато фірм, компанії, корпорацій надають освітні послуги – курси, тренінги, і т. ін., виходячи з саме більш сучасних вимог часу.

На нашу думку, важливим досягненням корпоративної культури є ідентифікація себе як її частини – культурна ідентичність, яку освоюють студенти та викладачі в освітніх організаціях. За нею стоїть визнання місії університету, наявність педагогічного потенціалу університету, основні принципи і заходи, обрані в стратегії розвитку та реалізовані на практиці, організаційні норми і правила поведінки.

Можна виділити чотири основні механізми впровадження змін в корпоративну культуру навчального закладу:

- «механізм участі», який передбачає залучення співробітників і використання їх можливостей для вирішення ключових проблем організації;

- символічний механізм керування;

- механізм взаєморозуміння, який передбачає постійне інформування співробітників, пояснення їм того, що від них вимагається і в чому потреба змін;

- механізм заохочення, який вимагає відповідності серед оголошених і реально оцінених якостей при заохоченні.

Виділимо ті параметри корпоративної культури, які дозволяють стати їй рушійною силою розвитку освітнього закладу. Перш за все, це розробка корпоративної культури орієнтованої на пріоритетні соціальні цілі та завдання стратегії та прийняття цієї стратегії співробітниками. По-друге, свідчення політики підтримки та сприяння творчій діяльності працівників. По-третє, вираження корпоративної культури шляхом індивідуальним встановленим у навчальному закладі. По-четверте, корпоративну культуру необхідно розглядати як один із найважливіших чинників відтворення життєвих

сил, що дозволяє говорити про необхідність забезпечення якості життя працівників освітньої організації.

Список використаних джерел:

1. Копитко М. І., Михаліцька Н. Я., Верескля М. Р. Корпоративна культура як стратегічний напрям управління підприємством в умовах сучасних викликів. Вчені записки Університету «КРОК». 2021. №2 (62). URL: <http://surl.li/syxle>
2. Корнещук В. В. Корпоративна культура в закладах освіти. Педагогіка вищої та середньої школи. 2014. Вип. 41. С. 218-224. URL: <http://surl.li/syxlg>
3. Петрунько О. В. Організаційна культура університету як чинник його конкурентоздатності на ринку освітніх послуг. Вчені записки Університету «КРОК». 2022. №1 (65). С. 164-175. URL: <file:///C:/Users/lenovo/Downloads/koval-yana,+19.pdf>

УДК 656.2.001.47

Толкачова Г.В.,

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри публічного управління та цифрової економіки,*

Зубенко Л.О.,

*здобувач вищої освіти,
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку*

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ
КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ЕЛЕКТРОННИХ
КОМУНІКАЦІЙ**

Формування корпоративної культури підприємства є надзвичайно актуальним завданням, оскільки цифрові технології та зміни в бізнес-процесах впливають на всі аспекти управління підприємством. . Інтерес до корпоративної культури триває понад декілька десятиліть. Феномен корпоративної культури вивчають провідні вчені зарубіжних країн та України [1...3].

В умовах цифрової трансформації формування корпоративної культури стає надзвичайно важливим завданням, що впливає на успішність підприємства, його спроможність адаптуватися до змін та залучати та утримувати талановитих працівників.