



СЕКЦІЯ 3. СУЧАСНІ ПЕДАГОГІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК [005.56:005.941]:378.4(477.72)ХДУ
DOI DOI <https://doi.org/10.32999/ksu2413-1865/2022-100-6>

**КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ХЕРСОНЬСЬКОГО
ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

Пермінова Людмила Аркадіївна,
доктор філософії з педагогічних наук, професор,
завідувачка кафедри педагогіки, психології й освітнього
менеджменту імені професора Є. Петухова

Херсонський державний університет

Lperminova@ksu.ks.ua

<https://orcid.org/0000-0002-6818-3179>

Гаран Ірина Олегівна,
асистент кафедри комп'ютерних наук та програмної інженерії

Херсонський державний університет

IHaran@ksu.ks.ua

<https://orcid.org/0000-0002-7438-126X>

Мета статті полягає в розкритті основних показників корпоративної культури закладу вищої освіти на прикладі Херсонського державного університету. Авторами використано **методи** спостереження та узагальнення реальних здобутків університетської практики формування корпоративної культури, аналіз знакових подій закладу дозволив визначити основні її характеристики: традиції, стиль керівництва закладом, зовнішню атрибутику, іміджеві заходи тощо. **Результати.** Авторами порушується питання активного впровадження засобів формування корпоративної культури вищого освітнього закладу. Маючи колосальний досвід 105-річного існування, університет береже свої традиції, виказує свою місію, розвиває іміджевий складник діяльності. На вибір проблеми вплинули сучасні умови розвитку закладів вищої освіти, зокрема модернізації вищої освіти в Україні, оновлення системи управління та пошуку ефективного варіанту моделі освітнього закладу, яка значно підвищить конкурентоздатність як закладу, так і кожного випускника на сучасному ринку освітніх послуг. Розглянуто особливості феномену корпоративної культури університету, визначені головні аспекти формування корпоративної культури закладу вищої освіти на прикладі Херсонського державного університету, охарактеризовано особливості «Декларації корпоративної культури ХДУ». Охарактеризовано корпоративну культуру, яка реалізує функцію регулювання поведінки персоналу через систему цінностей, норм, правил, що задекларовано конкретним закладом вищої освіти.

У статті наводяться іміджеві показники, які мають реалізовуватись у діяльності вищого освітнього закладу, які мають постійно розвиватися, адекватно реагувати на виклики суспільства. Зокрема, це символи, які втілюють усі запропоновані цінності корпоративної культури, дозволяють виказати науково-педагогічним працівникам, здобувачам вищої освіти, працівникам різних підрозділів, співробітникам ідентичність і свідомість. Створюється єдиний освітній культурний простір закладу, університетського співтовариства. Велику роль відіграє сайт Херсонського державного університету, який є візитівкою вишу, головним джерелом інформації. Слід відзначити такий підрозділ, як «Музей ХДУ», де започатковано традицію відвідування музею першокурсниками, зустрічі з видатними фахівцями, науково-педагогічними працівниками університету. Традиційними є заходи, які пропагують діяльність вишу на регіональному, всеукраїнському рівні. **Висновки.** За свою майже 105-літню історію Херсонський державний університет сформував власну корпоративну культуру, яка свідчить про неповторність самого закладу та систему його менеджменту.

Ключові слова: корпоративна культура, заклад вищої освіти, «Декларація корпоративної культури ХДУ», корпоративний символ, імідж, Херсонський державний університет.



CORPORATE CULTURE OF KHERSON STATE UNIVERSITY

Perminova Lyudmila Arkadyevna,
Doctor of Philosophy in Pedagogical Sciences, Professor,
Head of the Department of Pedagogy, Psychology and Educational Management
named after Prof. E. Petukhov

Kherson State University
Lperminova@ksu.ks.ua
<https://orcid.org/0000-0002-6818-3179>

Haran Iryna Olehivna,
Assistant of the Department of Computer Sciences and Software Engineering
Kherson State University
IHaran@ksu.ks.ua

The purpose of the article is to reveal the main indicators of the corporate culture of a higher education institution using the example of Kherson State University. The authors used methods of observation and generalization of the real achievements of university practice in the formation of corporate culture, the analysis of significant events of the institution allowed to determine its main characteristics: traditions, style of management of the institution, external attributes, image measures, etc. **The results.** The authors raise the issue of active implementation of means of forming the corporate culture of a higher educational institution. Having a colossal experience of 105 years of existence, the university preserves its traditions, expresses its mission, and develops the image component of its activities. The choice of the problem was influenced by the modern conditions of the development of higher education institutions, in particular, the modernization of higher education in Ukraine, the renewal of the management system and the search for an effective version of the educational institution model, which will significantly increase the competitiveness of both the institution and each graduate in the modern market of educational services. The peculiarities of the phenomenon of the corporate culture of the university were considered, the main aspects of the formation of the corporate culture of the higher education institution were determined on the example of the Kherson State University, the peculiarities of the “Declaration of the Corporate Culture of KhSU” were characterized. The corporate culture is characterized, which realizes the function of regulating the behavior of personnel through the system of values, norms, and rules declared by a specific institution of higher education. The article provides image indicators that should be implemented in the activities of a higher educational institution, which should constantly develop, adequately respond to the challenges of society. In particular, these are symbols that embody all the proposed values of corporate culture, allow scientific and pedagogical workers, students of higher education, employees of various departments, and employees to express their identity and consciousness. A single educational and cultural space of the institution, the university community is being created. The site of the Kherson State University, which is the business card of the university and the main source of information, plays a major role. It should be noted such a unit as “KhSU Museum”, where the tradition of visiting the museum by first-year students, meeting with outstanding specialists, scientific and pedagogical workers of the university was started. Events that promote higher education at the regional, all-Ukrainian level are traditional. **Conclusions.** During its nearly 105-year history, Kherson State University has formed its own corporate culture, which testifies to the uniqueness of the institution itself and its management system.

Key words: *corporate culture, institution of higher education, “Declaration of corporate culture of KhSU”, corporate symbol, image, Kherson State University.*

В останнє десятиліття зросла увага дослідників до такого феномену, як корпоративна культура організації. «У зв'язку з інтеграцією освітньої системи України до європейського та світового освітнього простору, запровадженням автономії освітніх закладів актуальності набуває акцентування уваги менеджерів освіти на формування корпоративної культури вищих навчальних закладів, яка допомагає працівникам ідентифікувати себе із професійною спільнотою, що явно вирізняється на ринку освітніх послуг» (Білик, 2016). Така індивідуальність виступає важливим складником конкурен-

тоспроможності університету, його популярності серед майбутніх здобувачів вищої освіти, серед інших вишів. Така ситуація у сьогоденні є важливим компонентом цілеспрямованого управління вищим освітнім закладом, популяризації науково-педагогічних здобутків тощо.

Дослідження корпоративної культури організації почалося з другої половини ХХ століття в рамках пошуку шляхів і засобів підвищення економічної ефективності їхньої діяльності. Загальні теоретико-методологічні принципи вивчення корпоративної культури як соціокультурного феномена



розкрито в працях С. Абрамова, С. Белановського, П. Гуревича, Ю. Левади, Д. Невірко, Ю. Резіна, В. Ольшанського, З. Файнбурга та ін. На сьогодні доведено, що внутрішня культура організації, що складається з цінностей, якими керуються її співробітники, є найважливішим джерелом конкурентної переваги, її інноваційного розвитку, зокрема це висвітлено в роботах Р. Аккофа, Р. Блейка, Е. Гофмана, А. Кеннеді, У. Оучи, К. Левіна, М. Морана, С. Хенді, Є. Шейна, Дж. Тернера, Т. Парсона та ін. Проведені дослідження корпоративної культури здійснювалися у сфері менеджменту, соціології, економіки, психології та культурології. Останнім часом зростає кількість науковців, які займаються вивченням корпоративної культури в межах діяльності закладів вищої освіти, зокрема університетів. Феномен корпоративних відносин в освітній сфері досліджували Л. Васильченко, Н. Білик, М. Гнездова, П. Куделя, Н. Горбенко, В. Кубко, Л. Хижняк, В. Шаполова, Г. Хаєт та ін. Проведений аналіз наукових розвідок показав низку проблем дослідження в різних наукових площинах та розмаїття власних поглядів на визначення підходів до їх вирішення.

Метою статті є визначення феномену корпоративної культури вищої школи, розкриття важливих аспектів формування та розвитку корпоративної культури закладу освіти на прикладі Херсонського державного університету.

Серед науковців немає єдиної думки щодо тлумачення поняття «корпоративна культура». Дослідники визначають корпоративну культуру як «систему цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів тощо, які склалися в організації та її підрозділах за час діяльності та які приймають більшість співробітників» (Корпоративна культура, 2003; Шаполова, 2011). За визначенням І. Ігнат'єва та О. Гарафонові, 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 внутрішньої інтеграції працівників, що виправдали себе в минулому й підтвердили свою актуальність у сьогоденні» (Ігнат'єв, Гарафонов, 2013: 98). Також заслуговує на увагу тлумачення Т. Кицак, «корпоративна культура – це складна та багатоаспектна система цінностей, переконань, ділових принципів, норм поведінки, традицій, що стає важливим нематеріальним ресурсом підприємства, оскільки забезпечує соціальні зв'язки,

комунікативно-інформаційне спілкування, гармонізує відносини між роботодавцями й найманими працівниками і, таким чином, суттєво впливає на ефективність та конкурентоспроможність підприємства» (Кицак, 2008; 4). Отже, різноманітність думок дослідників засвідчує багатогранність зазначеного поняття.

На наш погляд, сьогодні відсутність в організації власної корпоративної культури унеможлиблює її ефективну діяльність, її існування, оскільки саме культура є основою її життєвого потенціалу, стимулюючим фактором подальшого розвитку як організації загалом, так і кожного працівника. З огляду на це у системі вищої освіти України стратегічно важливо формувати корпоративну культуру університетів, адже з її допомогою працівники можуть ідентифікувати себе з освітнім закладом, і як результат, робити його конкурентоздатним та успішним. Дослідники зазначають, 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; перспективи розвитку університету; затребуваність випускників і викладачів на ринку праці; рівень їхньої зарплати і кар'єрного зростання; ставлення співробітників університету до студентів; відгуки здобувачів вищої освіти про освітній процес; територіальне розташування; зовнішнє й внутрішнє оформлення університету; відкритість та інтегрованість освітнього закладу» (Хижняк, 2015; Кубко, 2014). Поряд з цим, на думку Н. Яблонскене, корпоративну культуру університету потрібно розглядати в двох аспектах: «корпоративна культура виступає атрибутом і містить сукупність поведінкових норм, символів, ритуалів, традицій, які відповідають цінностям, що властиві навчальному закладові, та їх поділяють його працівники; корпоративна культура – це те, як університет реалізує свою місію всередині, спосіб існування університету» (Яблонскене, 2006).

Слід зазначити, що розвиток корпоративної культури вищої школи є перманентним процесом, де протягом певного періоду формуються різні складові компоненти такого соціокультурного феномену. Не винятком є й корпоративна культура Херсонського державного університету, яка не є статичним новоутворенням, а результатом копіткої праці адміністрації закладу вищої освіти, працівників різних підрозділів і служб, студентської спільноти. Основним документом ХДУ, який орієнтує кожного



члена колективу на досягнення спільних цілей, концентрує і спрямовує ініціативу, а також забезпечує формування сприятливого морально-психологічного клімату в університетській спільноті є «Декларація корпоративної культури Херсонського державного університету» (Декларація корпоративної культури ХДУ, 2020). Цей документ був розроблений на основі законодавства України, Статуту ХДУ, Стратегічного плану розвитку й Правил внутрішнього розпорядку ХДУ та відповідно до загальноприйнятих етичних норм. У документі проголошено, що «місія університету полягає у: розширенні можливостей для реалізації персональної освітньої траєкторії розвитку студентів; формуванні інноваційного освітнього наукового простору для забезпечення розвитку потенціалу та можливостей самореалізації університетської спільноти; максималізації задоволеності ціннісних очікувань усіх категорій стейкхолдерів університету шляхом забезпечення беззаперечної конкурентної переваги послуг, що надаються, їх адаптивності під потреби сучасного світу, що стрімко змінюються, та бездоганної якості; забезпеченні високих вимог ринку праці фахівцями нової формації, здатними працювати в умовах швидкозмінного, багатофункціонального середовища; забезпеченні освітніх потреб широких верств населення через доступність до одержання знань та набуття навичок, різноманітності форм реалізації безперервної «освіти упродовж життя», що є одним зі складників соціальної місії університету; формування корпоративної культури та системи управління на принципах лідерства; здійсненні культурно-просвітницької діяльності, реалізуючи тезу «університет – це індустрія талантів»; впливу на соціально-економічний розвиток суспільства через трансфер інноваційних технологій, реалізацію місії центру комунікації бізнесу, науки, освіти, влади» (Декларація корпоративної культури ХДУ, 2020: 2–3).

У Декларації представлено всі корпоративні цінності та правила поведінки, що сформувалися майже за 105 років діяльності університету. Зокрема, в документі проголошено, що «основною цінністю університету є особистість, здатна самостійно вирішувати світоглядні й професійні завдання та бути готовою до життя й діяльності у сучасному полікультурному середовищі» (Декларація корпоративної культури ХДУ, 2020: 3).

Водночас прийнятними в закладі вищої освіти є й такі норми етичної поведінки, як дбайливе ставлення до матеріальної бази університету, дотримання правил моралі та взаємодопомоги між членами універ-

ситетської спільноти, повага до традицій та історії ХДУ, утвердження позитивного іміджу вищої школи серед громадськості. Також науково-педагогічним працівникам та студентству потрібно керуватися чинним законодавством у сфері застосування української мови та норм ділового етикету.

Складником корпоративної культури освітньої установи є «іміджева структура, яка включає у себе архітектурний комплекс, стиль одягу викладачів та здобувачів вищої освіти, внутрішній дизайн приміщень, візуальну символіку, офіційний сайт університету тощо» (Горбенко, 2014). Що стосується образу керівника – професора Олександра Співаковського, то можна сказати: керівник є лідером, який має потужну команду проректорів, що згуртовує роботу колективу на досягнення якісних освітніх показників, такий, хто постійно стимулює саморозвиток кожного працівника, у якого сформовано демократичний стиль організації діяльності і спілкування, такий, хто несе відповідальність за роботу університету, кожного його підрозділу. Якість освітнього процесу організовується деканами, завідуючими кафедр, методичним та навчальним відділами. Слід зазначити, що останніми роками навчальні плани всіх спеціальностей покращились за рахунок поліпшення психолого-педагогічної, професійно-орієнтованого складника змісту освітнього процесу. Запровадження інноваційних методів і прийомів навчання здобувачів, досвід ковідного та військового етапів організації навчання показали позитивні результати підготовки до сесії. Також хочемо підкреслити важливість вибіркового дисципліни загального та професійного рівнів, сертифікатних програм, які дають можливість здобувачам отримати більш міцні знання і допомогти у самореалізації як під час навчання у закладі, так і конкурувати на ринку праці.

Хочемо звернути увагу на психологічний клімат у колективі. Діяльність університету в умовах військового стану завдала багато негараздів. Частина колективу, спасаючи традиції, імідж, місіонерські цінності університету, змушена перебувати в місті Івано-Франківську, однак важлива місія випала й на тих, хто залишився у Херсоні. Всі працівники виказали стресостійкість до умов російського терору, освітній процес не було перервано, успішно закінчили навчання здобувачі магістерського рівня освіти.

Що стосується корпоративної культури ХДУ, то його можна уявити як стійку систему заходів, що спрямовані на розвиток іміджу закладу, яким декларується низка символів ХДУ, зокрема до них належать гімн,



прапор, брендбук, логотипи структурних підрозділів, логотип університету.

На наш погляд, важливим компонентом іміджевого складника ХДУ є офіційний сайт університету, який є не тільки елементом глобальної мережі, але й візитною картою вишу, одним із основних джерел інформації, засобом встановлення взаємозв'язків з громадськістю. Сайт робить заклад освіти відкритим для зовнішніх зацікавлених осіб та є координатором внутрішньої взаємодії між студентами, викладачами, співробітниками, відділами, службами та керівництвом.

Важливим складником корпоративної культури ХДУ також є університетські традиції. Щороку в закладі освіти прийнято відзначати не лише релігійні та державні свята, але й власне університетські урочистості, до яких належать такі заходи, як: посвята першокурсників у студенти, проведення зборів з приводу визначних дат, Фестиваль мистецтв «Молода хвиля», Фестиваль мистецтв «Дебют», спортивні чемпіонати з різних видів спорту та кубок ректора, вручення дипломів випускникам вишу тощо. Щороку в університеті відзначають День науки, День знань, День студента, День Європи, Дні відкритих дверей тощо.

Університет пишається історією, відображеною в біографіях людей, які стали символами закладу. До таких визначних особистостей відносять засновників організації, ректорів, керівників підрозділів, співробітників, з іменами яких пов'язані успіхи закладу освіти впродовж 105 років його діяльності в м. Херсоні. Наприклад, в 2019 році в Парку ХДУ було відкрито Меморіальний комплекс видатних постатей університету, серед яких: Є. Петухов (перший доктор педагогічних наук на Херсонщині, професор, завідувач кафедри педагогіки ХДПІ (1972–1985 рр.); В. Берман (декан факультету фізики, математики та інформатики, кандидат педагогічних наук, доцент, професор кафедри алгебри, геометрії та математичного аналізу); О. Прилепський (декан педагогічного факультету (1977–1990 рр.), кандидат педагогічних наук, доцент, почесний професор ХДУ); С. Марцинковський (професор кафедри музичного мистецтва, художній керівник та головний диригент симфонічного оркестру ХДУ, почесний професор ХДУ, заслужений працівник культури України, почесний професор Гамбурзької музичної академії.) та ін.

Значний внесок в історію розвитку університету зроблено кафедрою педагогіки, психології й освітнього менеджменту імені професора Є. Петухова, яка за своєю суттю є загальноуніверситетською. Кафедра

є майже ровесницею освітнього закладу, а її досвідом можна пишатися. За весь час кафедрою пропагувалися основні освітні пріоритети, вирішувались психолого-педагогічні проблеми формування майбутніх фахівців. Можна констатувати, що корпоративна культура кафедри є достойним іміджевим показником.

У посиленні корпоративної ідентичності членів університетської спільноти велике значення відіграє «Музей ХДУ», відвідування якого стало доброю традицією для першокурсників різних факультетів. Експозиції музею постійно оновлюються, презентуються численні артефакти та документи, які розкривають глибини подій, історичних фактів різних часів існування університету.

Висновки. У сьогоднішній мінливий період часу для Херсонського державного університету дуже важливо не тільки вбудувати освітній процес на інноваційних принципах, а й пристосовуватися до нових потреб ринку освітніх послуг, посилювати власну конкурентоздатність в освітньому просторі України та зарубіжжя. Воєнний стан гальмує деякі інноваційні починання, але університет вибирає чинники раціональності й адекватності самореалізації у складних умовах.

За свою 105-річну історію ХДУ створив власну корпоративну культуру, яка виступає унікальним елементом системи освітнього менеджменту. Корпоративна культура ХДУ втілена в цінностях, місії, «Декларації корпоративної культури ХДУ», символіці, традиціях, історії університету, повазі до видатних співробітників та випускників закладу, останні з яких невід'ємно пов'язані з проявом патріотизму до освітньої установи. Важливим компонентом корпоративної культури ХДУ є брендингові атрибути, які містять у собі корпоративну ідеологію вищої школи, що робить її успішною і конкурентоспроможною.

ЛІТЕРАТУРА

1. Білик Н. Корпоративна культура ТНЕУ. *Україна в умовах реформування правової системи: сучасні реалії та міжнародний досвід* : матеріали Міжнародної наук.-практ. конф., Тернопіль, ТНЕУ, 8–9 квітня 2016 р. Тернопіль : ТНЕУ. 2016. С. 349–351.
2. Горбенко Н. Корпоративна культура сучасного університету: підходи до визначення сутності. *Грані* : науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах. Дніпро. 2014. Вип. 8 (112). С. 47–52.
3. Декларація корпоративної культури ХДУ. 2020. URL: <https://www.kspu.edu/FileDownload.ashx/pdf?id=b258be9a-9d17-426d-92df-f99643c71ef8>.
4. Ігнатська І., Гарафонова О. Корпоративне управління : підручник. Київ : Центр учбової літератури. 2013. 600 с.



5. Кицак Т. Формування корпоративної культури в процесі розвитку соціально-трудових відносин на підприємстві : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ. 2008. 20 с.

6. Корпоративна культура : навчальний посібник / під заг. ред. Г.Л. Хаєта. Київ : Центр навч. л-ри. 2003. 403 с.

7. Кубко В. Модель формування корпоративної культури сучасного вищого навчального закладу України. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 8. С. 40–43.

8. Хижняк Л. Корпоративна культура в еволюції вищого навчального закладу. *Матеріали інноваційного семінару «Еволюція освітнього простору»*. 2015. Вип. 1. С. 58–69.

9. Шаполова В. Роль корпоративної культури у підвищенні якості підготовки студентів-менеджерів вищого технічного навчального закладу. *Теорія і практика управління соціальними системами*. Харків : НТУ «ХПІ». 2011. Вип. 4. С. 101–106.

10. Яблонскене Н. Корпоративная культура современного университета. 2006. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-sovremennogo-universiteta>.

REFERENCES

1. Bilyk, N. (2016) Korporatyvna kultura TNEU. Ukraina v umovakh reformuvannia pravovoi systemy: suchasni realii ta mizhnarodnyi dosvid: materialy Mizhnarodnoi nauk.-prakt. konf., Ternopil, TNEU, 8–9 kvitnia 2016 r. Ternopil: TNEU. S. 349–351.

2. Horbenko, N. (2014) Korporatyvna kultura suchasnoho universytetu: pidkhody do vyznachennia sutnosti. *Hrani: naukovy-teoretychni i hromadskopolitychni almanakh*. Dnipro. Vyp. 8 (112). S. 47–52.

3. Deklaratsiia korporatyvnoi kultury KhDU. (2020). Retrieved from: <https://www.kspu.edu/FileDownload.ashx/.pdf?id=b258be9a-9d17-426d-92df-f99643c71ef8>.

4. Ihnatieva I., Harafonova O. (2013) Korpoatyvne upravlinnia: pidruchnyk. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury. 600 s.

5. Kytsak, T. (2008) Formuvannia korporatyvnoi kultury v protsesi rozvytku sotsialno-trudovykh vidnosyn na pidpriemstvi: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.04. Kyiv. 20 s.

6. Korporatyvna kultura: navchalnyi posibnyk. (2003) / pid zah. red. H.L. Khaieta. Kyiv: Tsentр navch. l-ry. 403 s.

7. Kubko, V. (2014) Model formuvannia korporatyvnoi kultury suchasnoho vyshchoho navchalnoho zakladu Ukrainy. *Visnyk Knyzhkovoї palaty*. № 8. S. 40–43.

8. Khyzhniak, L. (2015) Korporatyvna kultura v evoliutsii vyshchoho navchalnoho zakladu. Materialy innovatsiinoho seminaru «Evoliutsiia osvithnoho prostoru». Vyp. 1. S. 58–69.

9. Shapolova, V. (2011) Rol korporatyvnoi kultury u pidvyshchenni yakosti pidhotovky studentiv-menedzheriv vyshchoho tekhnichnoho navchalnoho zakladu. *Teoriia i praktyka upravlinnia sotsialnymi systemamy*. Kharkiv: NTU «KhPI». Vyp. 4. S. 101–106.

10. Iablonskene, N. (2006) Korporatyvnaia kultura sovremennogo unyversyteta. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-sovremennogo-universiteta>.

*Стаття надійшла до редакції 07.12.2022.
The article was received 07 December 2022.*