



УДК 378.4:331.104

Науково-теоретичний альманах «Грані»
Scientific-theoretical almanac «Grani»«Grani». 2016. 138(10), 101-107.
doi:10.15421/1716128
www.grani.org.ua**Теоретико-методологічні підходи до дослідження корпоративної культури університету**Н.В. Горбенко¹

У статті, виходячи з припущення про наявність певних особливостей корпоративної культури сучасного університету, що вирізняють його з-поміж інших організацій, проаналізовано соціально-філософське підґрунтя теорії його корпоративної культури. Зокрема, наведено різні підходи до визначення терміна «корпорація», «корпоративна культура», виявлено певні полемічні міркування стосовно використання феномена корпоративної культури в структурі управління сучасних організацій. Подано визначення категорії «корпоративна культура університету». Розкрито сутність соціокультурного, синергетичного та праксиологічного підходів до дослідження корпоративної культури університету.

Ключові слова: корпоративна культура; корпорація; університет; корпоративні цінності

Theoretical and methodological approaches to the study of university's corporate cultureN.V. Horbenko²

The article is based on assumptions about the availability of certain features of modern university's corporate culture, which distinguish it from other organizations. The social and philosophical basics of the theory of university's corporate culture have been analyzed. The particular attention has been given to the fact that corporate culture promotes mutual understanding between the members of the corporation, creates principles of joint activities, and other things which belong to values and norms. It has been noted that this fact leads to the realization of the research, which is aimed at the understanding of forms of effective communication inside the complex corporate university system.

It has been noted that despite the significant number of papers devoted to this problem, this article reflects it within the socio-philosophical approach. University Corporation is studied in the scholars' works as one of the connectors in the social system that promotes social agenda, integration and balance's maintenance.

The aim of this article is to identify the nature and to clarify methodological approaches to the study of the modern university's corporate culture.

There are different approaches to the definition of "corporation" and "corporate culture", including approaches of such prominent scholars as D. Eldridge and A. Crombie, K. Gold, M. Meskon, Shane E., etc. Attention has been paid to the fact that these definitions do not reflect fully all its aspects, don't convey the essence of the integrative concept. It has been summed up that corporate culture is dynamic, that it can take new forms which are constantly changing especially in period of transitional and structural change.

The definite polemical arguments regarding the use of the phenomenon of corporate culture in the governance structure of modern organizations have been given.

The definition of the "corporate culture of the University" has been suggested. It is a complete system of unique identifying features, which are based on the values. These values define the philosophy of its activities, the idea (vision) and mission, and form traditions, rules and styles, ways of business and interpersonal relationships, behavior of students and staff. All these reflect the level of excellence, integrity and attractiveness of the university brand in today's socio-cultural, scientific and educational space.

The essence of socio-cultural, and synergistic praxeology approaches to the study of the corporate culture of the university has been described. It has been emphasized that corporate culture is the subject of interdisciplinary research, integrative nature of which requires usage of various approaches and methods at it is examined within the socio-philosophical methodology.

Keywords: corporate culture; corporation; university; corporate values

¹ Завідувач НМЦ інформаційно-рекламної та профорієнтаційної діяльності; Національний університет «Львівська політехніка», Київський університет ім. Бориса Грінченка, 04053, Київ, вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2

² Head of PR department; Borys Grinchenko Kyiv university, 18/2, Bulvarno-Kudriavska Str., Kyiv, 04053, Ukraine

³ Заведующая НМЦ информационно-рекламной и профориентационной деятельности; Киевский университет им. Бориса Гринченко, 04053, Киев, ул. Бульварно-Кудрявская, 18/2
E-mail: n.horbenko@kubg.edu.ua

Теоретико-методологические подходы к исследованию корпоративной культуры университета

Н.В. Горбенко³

В статье, исходя из предположения о наличии определенных особенностей корпоративной культуры современного университета, отличающих его от других организаций, проанализировано социально-философское основание теории его корпоративной культуры. В частности, приведены различные подходы к определению термина «корпорация», «корпоративная культура», выявлены определенные полемические соображения относительно использования феномена корпоративной культуры в структуре управления современных организаций. Дано определение категории «корпоративная культура университета». Раскрыта сущность социокультурного, синергетического и праксиологического подходов к исследованию корпоративной культуры университета.

Ключевые слова: корпоративная культура; корпорация; университет; корпоративные ценности

Peer-reviewed, approved and placed: 11.10.2016.

Постановка проблеми. Основними чинниками успішного функціонування сучасного університету, що впливають на його конкурентоспроможність і рентабельність, останнім часом дедалі настійливіше стають гнучкість, адаптивність і прагнення до постійного розвитку. Це висуває вимогу акцентування уваги на вивченні потенціалу освітніх установ як корпорацій особливого типу (саме так сьогодні розглядається сучасний університет – як специфічна форма корпорації). Як відомо, корпорація – це складний організм, основою життєдіяльності якого є корпоративна культура. Саме вона сприяє взаєморозумінню між членами корпорації, формує принципи спільної діяльності і багато іншого з того, що відноситься до цінностей і норм. Ось чому зростає роль досліджень, спрямованих на вивчення форм ефективної комунікації в корпоративних комплексах університетської системи.

Виходячи з положення, що основна діяльність університету – освітня, головним завданням якої є виховання фахівців, конкурентоспроможних на ринку праці, можна припустити, що корпоративна культура сучасного університету має свої особливості, і, відповідно, вимагає соціально-філософського аналізу, що дасть змогу узагальнити досягнення у даній сфері і виробити універсально-узагальнюючі підходи, тим самим сприяючи подальшому розвитку наукових досліджень.

Одним із нагальних питань у цьому напрямі є вироблення концептуальних підходів до вивчення проблем корпоративної культури сучасного університету, визначення соціально-філософського підґрунтя теорії його корпоративної культури.

Аналіз досліджень і публікацій. Міждисциплінарний напрям досліджень феномена корпоративної культури в освітньому середовищі знаходиться на межі кількох галузей знання: філософії, соціології, психології, культурології та менеджменту.

Теоретична та емпірична розробка проблеми корпоративної культури – від появи перших підходів до сформованих концепцій – отримала розвиток у фундаментальних працях засновників і послідовників класичної школи організації й управління, пов'язаної з іменами Ф. У. Тейлора, Л. Урвіка, А. Файоля, О. Шелдока, Дж. Муні, Е. Рейлі, Л. Гьюлика. Спільним є уявлення про організацію як виключно фор-

мальну, продиктовану зверху, систему поведінки. Таке розуміння спирається на методологічну ідею М. Вебера, який розробив «ідеальний тип адміністративної організації».

Основою теорії корпоративної культури організації є уявлення про неї як про «організаційну мораль» (Ч. Барнард, Г. Саймон), особливу сутність організації, що впливає на мотивацію (М. Далтон), ідеологію, яка приводить до підвищення конкурентоспроможності організації (У. Оучі, Т. Пітере, Р. Уотерман, Т. Діл, А. Кеннеді), філософію «менеджменту співпраці» (Е. Демінг), «культурну систему», що являє собою символічно організовані зразки (Т. Парсонс). Однак найбільшого поширення на початку 1990-х рр. набула теорія американського психолога Едгара Шейна, викладена ним у класичній праці у сфері культури організації «Організаційна культура і про лідерство» [21].

Вихідні принципи ціннісного, функціонального і системного підходів до аналізу корпоративної культури, виявлення її сутності та функцій у життєдіяльності вищого навчального закладу, соціалізуючі ресурси освітньої діяльності та аналіз умов і принципів формування корпоративної культури вищого навчального закладу аналізуються в наукових працях О. В. Брітова, М. П. Макаркина, О. Б. Томіліна [1], О. С. Запесоцького [4] та ін. Корпоративну культуру українських освітніх закладів в останні роки досліджували вчені: Г. Хаст [9], Ж. Серкіс [16], В. Медведь [12], П. Куделя [10], С. Королюк [7], Л. Васильченко [2], О. Скідін [18] та ін. Проте більшість із цих досліджень здійснені у педагогіці, психології та соціології.

В останні десятиліття кількість досліджень корпоративної культури стрімко зростає. Незважаючи на їхню приналежність до різних дисциплін, розроблені підходи характеризують сучасний рівень вивчення корпоративної культури і позначають існуючу концептуальну багатозначність даного поняття. Попри значну кількість праць з означеної проблеми, її варто осмислити у межах соціально-філософського підходу, оскільки університетська корпорація вивчається в працях вчених як одна з ланок соціальної системи, що сприяють зміцненню соціального порядку, інтеграції та підтриманню рівноваги. Отже, метою даної

статті є виявлення та з'ясування сутності методологічних підходів до вивчення проблеми корпоративної культури сучасного університету.

Виклад основного матеріалу. В сучасній науці є чимало визначень корпоративної культури, що розкривають її різноманітні функціональні аспекти. Специфіка конкретного підходу залежить від цілей дослідження. Так, одними вченими «корпорація» трактується як правова форма бізнесу, відмінна і відокремлена від конкретних осіб, які ними володіють [20]. Згідно з іншою точкою зору, корпорація (лат. – об'єднання) – товариство, спілка, сукупність осіб, об'єднаних на основі цехових, кастових, комерційних та інших інтересів; договірні об'єднання, створені на основі поєднання виробничих, наукових та комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників; замкнена група осіб, об'єднаних вузькофаховими, становими та іншими інтересами; акціонерна компанія (товариство), в якій на основі централізації капіталів і заощаджень найманих працівників здійснюється колективне привласнення результатів виробничої діяльності залежно від величини отриманих на внесени кошти акцій [5].

Корпорація – найдосконаліша форма організації підприємств, що існує переважно у вигляді відкритого акціонерного товариства, засновники якого формують акціонерний капітал шляхом об'єднання власних ресурсів через механізм випуску і продажу цінних паперів (передусім акцій), а співвласники несуть обмежену відповідальність [17].

Корпоративна культура також має чимало визначень, серед усього різноманіття яких варто навести такі:

– корпоративна культура – це унікальна сукупність норм, цінностей, переконань, зразків поведінки і т.п., які визначають спосіб об'єднання груп та окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених перед нею цілей (Д. Елдрідж і А. Кромбі) [23];

– корпоративна культура – це унікальні характеристики особливостей організації того, що вирізняє її серед інших галузей (К. Голд) [24];

– корпоративна культура – засіб здійснення корпоративної діяльності з допомогою використання мови, фольклору, традицій та інших способів передавання основних цінностей, переконань, ідеологій, які спрямовують діяльність підприємств (Г. Морган) [25];

– корпоративна культура – клімат в організації; вона відображає звичаї, притаманні організації (М. Мескон) [13];

– корпоративна культура – набір найважливіших, спрямованих на членів колективу, припущень, що набувають вираження у цінностях, декларованих організацією, і задають людям орієнтири їхньої поведінки та дій (О. С. Віханській і О. І. Наумов) [3];

– корпоративна культура – система переконань, норм поведінки, настанов і цінностей, які є тими неписаними правилами, що визначають, як повинні працювати і поводити себе люди в даній організації. При цьому йдеться про переконання і цін-

ності, які поділяються переважно більшістю членів організації (М. І. Магура) [11];

– корпоративна культура – це, перш за все, система базових уявлень, тобто таких, які не просто описані і зафіксовані в документах і яких дотримується група, але таких, які існують у головах людей і відповідно до яких здійснюється їхня діяльність у даній організації (Е. Шейн) [21];

– корпоративна культура – це система матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою, властивих даній корпорації, що відображають її індивідуальність і сприйняття себе та інших у соціальному та речовому середовищі, що виявляється в поведінці, взаємодії, сприйнятті себе і навколишнього середовища [19].

Аналізуючи наведені визначення корпоративної культури, варто зауважити, що вони не відображають повною мірою всіх її аспектів, не передають інтегративну суть самого поняття. Разом із тим, у них є спільні ознаки: а) автори часто спираються на основоположні припущення, якими керуються учасники організаційного об'єднання в своїх діях і вчинках; б) загальною категорією є цінності, яких може дотримуватися індивід (попри те, що в кожній організації культивуються «свої» цінності, які орієнтують індивіда в певних вчинках і діях); в) наявність «символіки», з допомогою якої цінності транслюються членам організації (напр., цінність університетської освіти, статус університету, його історія, зв'язок університету і регіону). Отже, можна стверджувати, що корпоративна культура – об'єднувальне поняття, що відображає спосіб існування організації.

Отже, корпоративна культура – це феномен соціального життя, адже не існує організації, без характерної для неї корпоративної культури як результату «спільної справи» або спільної життєдіяльності членів організації. Корпоративна культура є динамічною, тобто вона здатна набувати нових форм, постійно змінюватися, особливо в умовах перехідного періоду і структурних змін.

Систематизувавши наявні точки зору і сформувавши найбільш об'єктивну думку про сутність корпоративної культури, варто екстраполювати її на корпоративну культуру університету. Відтак, корпоративна культура університету – це цілісна система унікальних ідентифікуючих ознак, в основу яких покладено цінності, які визначають філософію його діяльності, ідею (візію) та місію, формують традиції, норми і стилі, способи службових та міжособистісних взаємовідносин, поведінку студентів і співробітників, що відображає рівень досконалості, добропорядності та привабливості університетського бренду в сучасному соціокультурному та науково-освітньому просторі [8].

Розглядаючи в соціально-філософському контексті сучасні підходи до вивчення корпоративної культури, очевидно, що переважна більшість визначень мають три основні методологічні парадигми: соціокультурна, синергетична і практиологічна.

Соціокультурна парадигма «по відношенню до корпорації, яка виступає похідною від управлінської

культури керівників, обумовлює синергетичний ефект в організаційному розвитку, оскільки передбачає опору на «внутрішні» резерви розвитку, гармонійну єдність інтересів персоналу і корпорації» [14]. У такому разі корпоративна культура слугує символом корпорації і ґрунтується на ключових позиціях існування, таких, як інформація, знання, людський капітал. Йдеться про справжню духовність, тобто про те, що здатне істинним чином конструювати внутрішній світ людської істоти. Корпоративна культура володіє величезним потенціалом у прогресі людського життя, особливо в удосконаленні його духовної сфери, здатна впливати на певні якості культури в цілому і виступати рушієм прогресу й фактором накопичення.

Як відомо, основою корпоративної культури є цінності, на підставі яких формуються угоди і норми, що регулюють поведінку людей. Незважаючи на те, що у суспільстві співіснують найрізноманітніші і часом полярні цінності, все-таки в якості домінуючих виступають, як правило, ті, що утворюють конкретний тип соціальних відносин. Виокремлюючи цінності суспільні і цінності особистісні, можна зробити висновок, що вони знаходяться в динамічній взаємодії і змінюються або трансформуються під впливом об'єктивних процесів, що відбуваються в суспільстві. Цінності по відношенню до індивіда виступають головною детермінантою, що визначає його світогляд і мотиви, які спонукають до певних дій, вибору моральних орієнтирів.

Синергетична парадигма концентрує увагу на «узгодженості процесів самоорганізації в складних системах різної форми, в тому числі соціокультурних, допомагає описувати і пояснювати процеси функціонування в трансформації кризового соціуму» [15]. Аналіз наукових праць представників сучасної теорії самоорганізації свідчить, що вчені у сфері синергетики доходять спільного висновку про те, що процес самоорганізації, поширений у дисипативних структурах, притаманний і такій складній структурі, як соціальна система. Використання даної парадигми в процесі управління корпоративною культурою формує новий погляд на можливості її формування, функціонування та подальшого розвитку.

Сам факт самоорганізації переконує в новому погляді на можливості корпоративної культури. Самоорганізація виступає проактивною силою, яка формує новий образ корпоративної культури без можливої участі індивідів або груп.

Розмірковуючи про праксиологічну парадигму, слід відзначити, що конструювання нової моделі корпоративної культури спирається на розуміння актуальних взаємозв'язків і взаємозалежностей інноваційного процесу в суспільстві, де індустрія знань виступає важливим чинником суспільного прогресу, а постійні зміни можуть викликати негативну реакцію або вдосконалення і розвиток. Практиологічний підхід допомагає універсалізувати наявний досвід управління в інноваційних умовах.

Використання феномена корпоративної культури в структурі управління організацій викликає полемічні міркування, ключовими серед яких є:

- якщо розуміти корпоративну культуру як

ціннісне явище, то вона вимагає системного підходу. При цьому вона буде видозмінюватися в залежності від вибору системоутворюючого елемента;

- безсумнівно, корпоративна культура являє собою певні взаємини людей в організації або системі взаємодії. Різні системоутворюючі елементи можуть формувати певний тип корпоративної культури;

- новий вигляд корпоративної культури складатиметься з багатьох складових, серед них може бути і стиль управління, форма планування і звітності, прийняття рішень і контроль за їхнім виконанням, система морального і матеріального стимулювання, тип відносин із зовнішніми партнерами і т.д. Але все-таки важливим системоутворюючим елементом корпоративної культури є лідер, який і задає можливі переваги і недоліки її впливу на життєдіяльність організації, фактично він визначає тип корпоративної культури. «У разі наявності в організації формального або неформального лідера, корпоративна культура також може набувати двоїстого формального і неформального характеру» [6];

- певний тип корпоративної культури формується на основі спільних духовних цінностей, які поділяються членами організації і які знаходять своє вираження в традиціях, звичаях, поведінці, діях тощо;

- головним елементом корпоративної культури визначається місія організації. Місія характеризує життєдіяльність організації, стає її актуальною метою, в якій охоплено всю сутність існування організації. На основі місії створюються і реалізуються стратегічні проекти, вона визначає суть існування організації. Реалізована місія в підсумку позначає закінчення діяльності організації в конкретній системі корпоративної культури;

- очевидно, що корпоративна культура – це і система взаємодії індивідів, які працюють в організації. Важливими чинниками взаємодії співробітників в організації виступають прихильність до цілей і спільне ставлення до своєї роботи. Варто відзначити, що основою комунікаційної взаємодії виступають різноманітні системоутворюючі елементи, кожен з яких утворює певний тип корпоративної культури. Корпоративна культура виступає каталізатором відносин і є визначальним чинником успішного функціонування будь-якої організації.

Отже, в цілому, корпоративна культура сприймається як досить складне явище, що включає в себе великий пласт системоутворюючих чинників. Основою корпоративної культури, безсумнівно, є цінності, що допомагають кожному індивіду зрозуміти і прийняти життєві пріоритети організації. Корпоративна культура, яка виконує роль об'єднуючої сили в організації, забезпечує досягнення загальних цілей і реалізацію поставлених завдань на основі конкретних принципів діяльності. Корпоративна культура удосконалює організаційну структуру, правила зовнішньої і внутрішньої комунікації, а також процес прийняття рішень. Вона забезпечує розвиток духовної єдності, формування інтелектуальної складової і дає всім суб'єктам організації можливість ідентифікувати себе як цілісне утворення, відмінне від інших аналогічних

утворень. Очевидно, що корпоративна культура – це спосіб існування організації, і вона змінюється разом зі зміною зовнішніх умов існування.

Визначені загальні теоретико-методологічні підходи до характеристик сучасної корпоративної культури організації дають підстави екстраполювати їх на корпоративну культуру університету. Насамперед варто виокремити відмінні ознаки, що вирізняють університет серед інших організацій. Оригінальність університету як особливого типу корпорації полягає в тому, що він надає освітні послуги і готує майбутніх фахівців, а також виконує виховні функції. Відповідно і корпоративна культура університету набуває характерних ознак, що істотно відрізняють її від неосвітніх корпорацій. У контексті університету її, корпоративну культуру, можна розглядати з трьох позицій: корпоративна культура університету як організації; корпоративна культура студентів і викладачів як взаємопов'язаних соціальних груп, і корпоративна культура університету в зовнішній взаємодії. Отже, корпоративна культура університету – це об'єднуючий чинник, з допомогою якого відбувається передання, осмислення, закріплення та дотримання певних поведінкових орієнтирів, норм, форм дій і взаємодій, пов'язаних із конкретним способом функціонування університету.

Корпоративна культура виступає основою життєдіяльності університету, що передбачає принцип спільного підходу до вирішення актуальних питань на основі гуманітарного ставлення до кожного учасника освітнього процесу. Основою корпоративної культури сучасного університету є регулярна робота, спрямована на актуалізацію особистих і професійних здібностей, підвищення кваліфікації, гармонізацію внутрішньокорпоративних і внутрішньогрупових відносин. У такому разі відбувається вища міра інтеграції людського потенціалу, зростає «нематеріальний актив» освітніх корпорацій.

Варто погодитися з думкою фахівця у сфері корпоративної культури сучасного університету Н. Л. Яблонскене, що усвідомлення феномена корпоративної культури в контексті університету може бути зведене до двох висновків. «Сенс першого з них

полягає в тому, що корпоративна культура є щось таке, що університет має. Тобто корпоративна культура виступає атрибутом і являє собою сукупність поведінкових норм, символів, ритуалів, світів, традицій, які відповідають цінностям, властивих вищому навчальному закладу, що поділяються його співробітниками, і передаються у вигляді «життєвого досвіду» університету, що відображає її індивідуальність і визначає сприйняття самої себе та інших організацій в соціальному і матеріальному середовищі. Сенс другого полягає в тому, що корпоративна культура – це те, чим університет є, тобто те, як він реалізує свою місію всередині і поза самого себе, або іншими словами – спосіб існування університету» [22]. Осмислення цих двох позицій дає змогу визначити способи впливу на корпоративну культуру університету з метою її вдосконалення та розвитку.

Висновки. Труднощі визначення терміна «корпоративна культура» обумовлені складністю його однозначного тлумачення, зокрема через знаходження на перетині різних дисциплін (соціології, економіки, менеджменту, теорії організацій та ін.), а також через те, що вчені, розмірковуючи про корпоративну культуру, мають на увазі різні її аспекти, в залежності від поставлених цілей і завдань дослідження.

Інтегруючи різні підходи, корпоративну університетську культуру можна визначити як розгорнутий у просторі і часі процес формування системи цінностей і способів отримання, передання та застосування знань. Корпоративна культура сучасного університету – об'єднуюча сила, що включає в себе особливі характеристики, серед яких критерії, показники, чинники, ритуали, традиції, поведінкові настанови або орієнтири. Вона створює внутрішню духовну єдність всіх членів освітньої корпорації, які здійснюють свою діяльність в університеті, і є відданими своїй справі незалежно від положення, яке вони займають в університеті.

Корпоративна культура є об'єктом міждисциплінарних наукових досліджень, інтеграційна сутність якої вимагає застосування різноманітних підходів і методів при її розгляді в межах соціально-філософської методології.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ:

1. Бритов А. В. Роль организационной культуры в эффективном менеджменте высшего учебного заведения / Бритов А. В., Макарян Н. П., Томилин О. Б. [Электр. ресурс]. – Режим доступа : <http://www.umj.ru/index.php/pub/inside/472>. – Название с экрана.
2. Васильченко Л. В. Формування управлінської культури керівника школи в системі післядипломної педагогічної освіти : автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. пед. наук / Васильченко Лілія Володимирівна ; Терноп. нац. пед. ун-т ім. Володимира Гнатюка. – Тернопіль, 2006. – 20 с.
3. Виханский О. С. Менеджмент : учеб. / Виханский О. С., Наумов А. И. – 3-е изд. – Москва : Гардарики, 2003. – 528 с.
4. Запесоцкий А. С. Культура и образование: в поисках соответствия / А. С. Запесоцкий [Электр. ресурс]. – Режим доступа : hischool.ru/userfiles/zapesc-cult-obr.doc. – Название с экрана.
5. Ігнат'єва І. А. Корпоративне управління : підруч. / І. А. Ігнат'єва, О. І. Гарафонова. – Київ: ЦУЛ, 2013. – 600 с. [Електр. ресурс]. – Режим доступу : culonline.com.ua/Books/Corp_upr_Ignatieva.pdf. – Назва з екрана.
6. Кантер Р. М. Рубежи менеджмента. Книга о современной культуре управления / Р. М. Кантер [Электр. ресурс]. – Режим доступа : <http://www.books.ru/books/rubezhi-menedzhmenta-kniga-o-sovremennoi-kulture-upravleniya-65166/>. – Название с экрана.
7. Королюк С. В. Развитие управлінської культури керівника загальноосвітнього навчального закладу в процесі підвищення кваліфікації : автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. пед. наук / Королюк Світлана Вікторівна ; АПН України ; Центр ін-т післядиплом. пед. освіти. – К., 2005. – 21 с.

8. Корпоративна культура університету [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <http://kubg.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/korporativna-kultura-universytetu/1535-korporativna-kultura-universytetu.html>. – Назва з екрана.
9. Корпоративна культура : навч. посіб. / під заг. ред. Г. Л. Хаєта. – Київ : Центр навч. л-ри, 2003. – 403 с.
10. Куделя П. О. Вища школа регіону як об'єкт соціального управління : дис. на здоб. наук. ступеня канд. соціол. наук / Куделя Павло Олександрович ; Дніпропетров. нац. ун-т. – Дніпропетровськ, 2003. – 174 с.
11. Магура М. И. Организационная культура как средство успешной реализации организационных изменений / М. И. Магура // Управление персоналом. – 2002. – № 1. – С. 24-29.
12. Медведь В. В. Розвиток управлінської культури в професійно-технічному навчальному закладі : дис. на здоб. наук. ступеня канд. пед. наук / Медведь Валерій Володимирович ; Центр. ін-т післядиплом. пед. освіти АПН України. – К., 2007. – 284 с.
13. Мескон М. Х. Основы менеджмента : [учеб.] : Пер. с англ. / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; Общ. ред. и вступ. ст. Л. И. Евенко. – 3-е изд. – М. : Дело, 2000 [Электр. ресурс]. – Режим доступа : www.fptl.ru/files/management/meskon_osnovi-menedzhmenta.doc. – Название с экрана.
14. Моисеев И. Алгоритмы развития / И. Моисеев. – Москва : Наука, 1987. – 379 с.
15. Разманов В. В. Проблемы методологии управления корпоративной культурой в условиях формирующегося постиндустриального общества / В. В. Разманов [Электр. ресурс]. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/problemy-metodologii-upravleniya-korporativnoy-kulturoy-v-usloviyah-formiruuyuschegosya-postindustrialnogo-obschestva>. – Название с экрана.
16. Серкіс Ж. В. Психологічні умови підготовки керівників загальноосвітніх навчальних закладів до формування організаційної культури школи : дис. на здоб. наук. ступеня канд. психол. наук / Серкіс Жанна Василівна ; Центр. ін-т післядиплом. освіти АПН України. – К., 2004. – 21 с.
17. Скібіцький О. М. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності : навч. посіб. / О. М. Скібіцький, В. В. Матвеев, Л. І. Скібіцька. – Київ : Кондор, 2011. [Електр. ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/1990042141958/menedzhment/organizatsiya_biznesu. – Назва з екрана.
18. Скідін О. Л. Соціальні технології в управлінні закладами освіти : автореф. дис. на здоб. наук. ступеня д-ра соц. наук / Скідін Олег Леонідович ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К. : 2001. – 44 с.
19. Спивак В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 352 с.
20. Хрестоматія з економічної теорії / упор. О. Ф. Борисов [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <http://bibliograph.com.ua/economicheskaya-teoriya-3/125.htm>. – Назва з екрана.
21. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство / Э. Х. Шейн ; под ред. В. А. Спивака. – Санкт-Петербург : Питер, 2002. – 336 с.
22. Яблонскене Н. Л. Корпоративная культура современного университета / Н. Л. Яблонскене [Электр. ресурс]. – Режим доступа : <http://ecsocman.hse.ru/data/710/794/1219/07-25.pdf>. – Название с экрана.
23. Eldridge J. A sociology of organization / Eldridge J., Crombie A. – London : Allen&Unwin, 1974.
24. Gold K. Managing for Success: A comparison of the private and public sectors / Gold K. // Public Administration Review. – 1982. – Nov.-Dec.
25. Morgan G. Images of Organization / Morgan G. – Beverly Hills, CA.: Sage, 1986.

REFERENCES:

1. Britov, A.B., Makarkin, N.P., Tomilin O.B. Rol' organizacionnoj kul'tury v jeffektivnom menedzhmente vysshego uchebnogo zavedenija [The role of organizational culture in the effective management of higher educational institutions]. Retrieved from URL : <http://www.umj.ru/index.php/pub/inside/472> (in Russian).
2. Vasylychenko, L. V. 2006. Formuvannya upravlins'koyi kul'tury kerivnyka shkoly v systemi pislyadyplomnoyi pedahohichnoyi [Formation of the administrative culture of school head-teachers in the system of postgraduate education] (PhD Thesis), Ternopil' (in Ukrainian).
3. Vihanskij, O. S., Naumov, A. I. 2003. Menedzhment [Management]. Moskva : Gardariki (in Russian).
4. Zapsockij, A. C. Kul'tura i obrazovanie: v poiskah sootvetstvija [Culture and education: searching their matchings]. Retrieved from URL : hischool.ru/userfiles/zapsock-cult-obr.doc (in Russian).
5. Ihnat'yeva, I. A., Harafonova, O. I. Korporativne upravlinnya [Corporate management]. Retrieved from URL : culonline.com.ua/Books/Corp_upr_Ignatieva.pdf (in Ukrainian).
6. Kanter, R. M. Rubezhi menedzhmenta. Kniga o sovremennoj kul'ture upravlenija [Milestones of management. Book about modern management culture]. Retrieved from URL : <http://www.books.ru/books/rubezhi-menedzhmenta-kniga-o-sovremennoi-kulture-upravleniya-65166/> (in Russian).
7. Korolyuk, S. V., 2005. Rozvytok upravlins'koyi kul'tury kerivnyka zahal'noosvitn'oho navchal'noho zakladu v protsesi pidvyshchennya kvalifikatsiyi [Development of the administrative culture of a secondary educational institution's head-teacher in the process of their retraining] (PhD Thesis), Kiev (in Ukrainian).
8. Korporativna kul'tura universytetu [Corporate culture of university]. Retrieved from URL : <http://kubg.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/korporativna-kultura-universytetu/1535-korporativna-kultura-universytetu.html> (in Ukrainian).
9. Korporativna kul'tura [Corporate Culture], 2003. H. L. Khayeta (Eds.). Kyiv : Tsentr navch. l-ry (in Ukrainian). Magura M. I. Organizacionnaja kul'tura kak sredstvo uspeshnoj realizacii organizacionnyh izmenenij / M. I. Magura // Upravlenie personalom. – 2002. – № 1. – С. 24-29.
10. Kudelya, P. O., 2003. Vyshcha shkola rehionu yak ob'jekt sotsial'noho upravlinnya [High School of the region as an object of social management] (Kand. Diss.), Dnipropetrovs'k (in Ukrainian).
11. Magura, M. I., 2002. Organizacionnaja kul'tura kak sredstvo uspeshnoj realizacii organizacionnyh izmenenij [Organizational culture as a tool of the successful implementation of organizational changes]. Upravlenie personalom, no. 1, pp. 24-29 (in Russian).

12. Medved', V. V., 2007. Rozvytok upravlins'koyi kul'tury v profesiyno-tekhnichnomu navchal'nomu zakladi [Development of administrative culture in vocational school] (Kand. Diss.), Kyiv (in Ukrainian).
13. Meskon, M. H., Al'bert, M., Hedouri, F. Osnovy menedzhmenta [Basics of Management]. L. I. Evenko (Eds.). Retrieved from URL : www.fptl.ru/files/menedjment/meskon_osnovi-menedjmenta.doc (in Russian).
14. Moiseev, I., 1987. Algoritmy razvitija [Algorithms of development]. Moskva : Nauka (in Russian). Skibits'kyy O. M. Orhanizatsiya biznesu. Menedzhment pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti : navch. posib. / O. M. Skibits'kyy, V.V.Matvyeyev, L.I.Skibits'ka. – Kyiv : Kondor, 2011. [Elektr. resurs]. – Rezhym dostupu : http://pidruchniki.com/1990042141958/menedzhment/organizatsiya_biznesu. – Nazva z ekranu.
15. Razmanov, V. V. Problemy metodologii upravlenija korporativnoj kul'turoj v uslovijah formirujushhegosja postindustrial'nogo obshhestva [Problems of corporate culture's management methodology in conditions of emerging post-industrial society]. Retrieved from URL : <http://cyberleninka.ru/article/n/problemy-metodologii-upravleniya-korporativnoy-kulturoy-v-usloviyah-formiruyuschegosya-postindustrialnogo-obschestva> (in Russian).
16. Serkis, Zh. V., 2004. Psykholohichni umovy pidhotovky kerivnykiv zahal'noosvitnikh navchal'nykh zakladiv do formuvannya orhanizatsiyanoi kul'tury shkoly [Psychological conditions to the formation of the organizational culture of the school during the secondary schools managers' training]. (PhD Thesis), Kyiv (in Ukrainian).
17. Skibits'kyy, O. M., Matvyeyev, V.V., Skibits'ka, L.I. Orhanizatsiya biznesu. Menedzhment pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti [Business organization. Business activity's management]. Retrieved from URL : http://pidruchniki.com/1990042141958/menedzhment/organizatsiya_biznesu (in Ukrainian).
18. Skidin, O. L., 2011. Sotsial'ni tekhnolohiyi v upravlinni zakladamy osvity [Social technologies in the management of educational institutions]. (PhD Thesis), Kyiv (in Ukrainian).
19. Spivak, V. A., 2001. Korporativnaja kul'tura [Corporate culture]. Sankt-Peterburg : Piter (in Russian).
20. Khrestomatiya z ekonomichnoyi teorii [Economic theory Chrestomacy]. O. F. Borysov (Eds.). Retrieved from URL : <http://bibliograph.com.ua/economicheskaya-teoriya-3/125.htm> (in Ukrainian).
21. Shejn, Je. H., 2002. Organizacionnaja kul'tura i liderstvo [Organizational Culture and Leadership]. V. A. Spivaka (Eds.). Sankt-Peterburg : Piter (in Russian).
22. Jablonskene, N. L. Korporativnaja kul'tura sovremenogo universiteta [The corporate culture of the modern university]. Retrieved from URL : <http://ecsocman.hse.ru/data/710/794/1219/07-25.pdf> (in Russian).
23. Eldridge, J., Crombie A., 1974. A sociology of organization. London : Allen&Unwin.
24. Gold, K., 1982. Managing for Success: A comparison of the private and public sectors. Public Administration Review, Nov.-Dec.
25. Morgan, G., 1986. Images of Organization. Beverly Hills, CA.: Sage. 1986.