

Література:

1. Дуальна освіта – партнерство вишів і бізнесу. URL: https://dt.ua/EDUCATION/dualna-osvita-partnerstvo-vishiv-i-biznesu-295022_.html (дата звернення: 07.10.2019).
2. Вчитися на роботі: як працюватиме дуальна освіта в Україні. URL: <https://uain.press/articles/vchytysya-na-roboti-yak-zapratsyuyue-dualna-osvita-v-ukraini-943921> (дата звернення: 07.10.2019).
3. Дуальна освіта в Польщі – що це таке? URL: <https://entrant.eu/dualna-osvita-v-polshhi-shho-tse-take> (дата звернення: 07.10.2019)
4. Dual training worldwide. The German model of dual education is catching on worldwide. URL: <https://www.deutschland.de/en/topic/knowledge/education-learning/dual-training-worldwide> (date of request: 07.10.2019).
5. Місія та стратегія Агентства. URL: <https://naqa.gov.ua/місія-та-стратегія-агентства> (дата звернення: 07.10.2019).

ОСОБЛИВОСТІ ВУЗІВСЬКОЇ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ, МОЖЛИВІ МЕХАНІЗМИ ЇЇ ВИБУДОВУВАННЯ, КОРЕКЦІЇ І РОЗВИТКУ

*Можайкіна Н.В., к.е.н., доцент,
Харківський національний університет міського господарства
ім. О.М. Бекетова*

Корпоративна університетська культура – складна і своєрідна форма життєдіяльності організацій, що дозволяє говорити про університет як про самоорганізовану систему, побудовану на принципах самоцінності знань та волі навчання, що і є конкретним способом реалізації ідеї університету.

В останні роки корпоративну культуру стали визнавати одним з основних показників, необхідних для правильного розуміння і управління розвитком як організацій, так і університетів. Сам термін «корпоративна культура» говорить про те, що це поняття зародилося в бізнес-середовищі, стосовно діяльності корпорацій, націлених на отримання максимального прибутку, де важливим був «колективний посил», командна робота і де людському фактору відводилася ключова роль. Згодом це визначення стало використовуватися ширше. Стосовно до вищих навчальних закладів цей термін також можна використовувати, адже будь-який університет – це свого роду корпорація.

У вітчизняній літературі ще недостатньо проаналізовано особливості саме університетської культури, але в зарубіжних джерелах можна почерпнути досить інформації. Наприклад, американські університети приділяють велику увагу формуванню особливої корпоративної культури і визначають наступні напрями її реалізації: поліфункціональність університету; сильна орієнтація на наукові дослідження; наявність системи підготовки фахівців з науковим ступенем; орієнтація на сучасні напрямки науки, високі технології, інноваційний сектор в економіці; високий ступінь інформаційної відкритості та

інтеграція в міжнародну систему науки і освіти; змагальність і селективний підхід при наборі студентів; формування навколо університету особливого інтелектуального середовища, науково-технічного і економічного простору, що заповнюється технопарковими структурами.

Для корпоративної культури вузу характерна подвійна природа, що проявляє себе: по-перше, в досягненні інтересів на ринку освітніх послуг; по-друге, в збереженні і збільшенні гуманістичних цінностей. Під безпосереднім впливом корпоративної культури відбувається зміцнення зв'язків (соціальне партнерство) працівників з керівництвом університету, об'єднання (солідарність) працівників всіх рівнів на основі цінностей, норм і традицій організації, підвищення їх відповідальності за якість діяльності. Вона організовує роботу і розпоряджається людськими ресурсами таким чином, щоб діяльність університету забезпечувала високу мобільність, збагачення, соціальний захист тих, хто в ньому працює.

Характеризуючи основні особливості формування університетської корпоративної культури в умовах сучасної України слід зазначити, що:

Перш за все, сучасні університети стають перед необхідністю формування «підприємницької культури». Завдання заробітку грошей, отримання прибутку від освітньої та виховної діяльності не було однією з головних задач університетів. Сучасні зміни зачіпають корінні основи існування університетів, тобто їх корпоративну культуру. Українські університети поставлені перед прямою необхідністю формування підприємницької культури для того, щоб бути фінансово стабільними і по можливості незалежними.

По-друге, необхідність формування студентської субкультури. Одним з основних механізмів формування студентської субкультури є створення системи студентського самоврядування. Так реалізується і механізм залучення студентів до формування загальноуніверситетської корпоративної культури.

По-третє, робота з випускниками. При правильному підході випускники можуть стати колосальною підмогою для всієї діяльності університету: для формування у студентів і викладачів почуття гордості та причетності до результатів своєї роботи; підпитка корпоративної культури, свідоцтво про престиж освіти, отриманої в університеті в різні роки; для розвитку і фінансового благополуччя університету.

У нашій країні, за рідкісним винятком, робота з випускниками ще не стала серйозним фактором формування корпоративної культури університетів. Сьогодні в кожному поважному західному університеті існує так звана Alumni Relation Service – служба зв'язку з випускниками. Ця служба не тільки відстежує кар'єрні траєкторії випускників, а й підтримує базу даних, що містить усю контактну інформацію.

Важливим напрямом формування корпоративної культури є також розвиток культурних традицій в університеті. Практика формування корпоративної культури – це цілеспрямований процес, в реалізації якого необхідно дотримуватися поступовості та поетапності.

Відомі такі чотири механізми управління процесом формування корпоративної культури, які довели свою ефективність: механізм участі: залучати співробітників до вирішення важливих для організації питань, спираючись на їх можливості. За оцінками аналітиків у працівників сфери знань коефіцієнт використання людського потенціалу складає всього 37,5%; механізм символічного управління, який використовується для підтримки того, що для організації найважливіше; механізм взаєморозуміння: постійне інформування про кроки і перспективи. Взаєморозуміння підсилює гордість за успіхи організації і взаємну відповідальність; система заохочень, пов'язана з приналежністю працівника до організації.

Головним при формуванні корпоративної культури є розуміння того, що культура організації – це цілісне явище, і тільки комплексний підхід до процесу її формування і зміни, а також широка система заходів з планування та організації цього процесу дозволяє сформувати почуття причетності до справи у всіх членів університетської корпорації, що забезпечить ефективність її діяльності.

КОНЦЕПЦІЯ І ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В СЕКТОРІ КОРПОРАТИВНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

*Морозов В.І., к.е.н., старший викладач
Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені П. Василенка*

Разом з трансформацією світових економічних процесів, в Україні відбувається зародження, формування та розвиток концепцій соціальної відповідальності (СВ), яка вже десятиріччя ефективно функціонує в усіх розвинених країнах світу.

Соціальна відповідальність – концепція сучасної теорії та практики яка охоплює аспекти взаємодії найманих працівників, забезпечення їх прав, відносин з роботодавцями, розробка міжнародних стандартів захисту праці, міжкорпоративні стосунки та інше.

Згідно із визначенням МОП, система соціального захисту включає: стимулювання стабільної, оплачуваної профдіяльності; компенсацію основних соціальних ризиків за допомогою механізму соцстрахування; надання соцдопомоги незахищеним групам населення.

Країни Європи на законодавчій основі забезпечують доступ своїм громадянам до соціальних прав, які викладені у прийнятій Європейській соціальній хартії, на якій базуються моделі соціальної політики.

На сучасний момент провідними науковцями та експертами виділяють три моделі Соціальної Відповідальності:

- 1) Американська;
- 2) Континентально-Європейська;
- 3) Японська/Азійська.