

Отже, узагальнюючи все вищесказане, слід зробити висновок, що маркетинг ЗВО - необхідна і найважливіша частина його діяльності. ЗВО, що не усвідомили цю необхідність і не включилися активно в маркетингову діяльність, можуть вже найближчим часом опинитися в невідповідному положенні і не зможуть зберегти конкурентоспроможність на ринку освітніх послуг.

#### Список використаних джерел

1. Економічна енциклопедія / [ред. кол. : С. В. Мочерний]. – Київ : Академія, 2012. – 952 с.
2. Карпенко Н. В. Історична генеза розвитку маркетингу в Україні [Електронний ресурс] / Н. В. Карпенко; за ред. В. Васильєва, Ю. Шаповала. – Київ : Генеза, 2011. – 345 с. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Un\\_msm/2008\\_13/Karpen.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Un_msm/2008_13/Karpen.pdf).

*Жирна С. В.*

*Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

### СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Усі організації незалежно від форми власності й цілей діяльності утворюються і живуть у певному середовищі, що має назву культура. Вона багато в чому визначає зміст їхнього існування, діє як ззовні, так і всередині організації.

Особливе місце серед наукових досліджень, що розглядають проблеми організаційної культури займають роботи таких авторів, як Е.Шейн, К.Шольц, досить широке відображення присвячено сутності організаційної культури таких науковців як А.Агеєв, Т.Базаров, Б.Гаєвський, М.Грачов, М.Мескон, Я.Радченко. Особливості організаційної культури закладів освіти вивчали А.Моїсеєв, М.Поташнік, С.Рус, К.Ушаков, Р.Хувейк.

Поняття «організаційна культура» давно перебуває в науковому обігу. Огляд досліджень, у яких спостерігається науковий і практичний інтерес до феномену організаційної культури, свідчить, що концепція цього явища не має єдиного трактування.

Поняття «організаційна культура» охоплює явища духовного і матеріального життя колективу, а саме: домінуючі у ньому моральні норми та цінності, кодекс поведінки, ритуали та ін.

Як слушно зауважує К. Камерон, що «організаційна культура проявляється в тому, що є для неї цінним, які є стиль її лідерства, мова і символи, процедури і повсякденні норми, а також в тому, як визначається успіх»[1, с.45].

Е. Шейн стверджує, що "організаційна культура – це набір прийомів і правил вирішення проблем зовнішньої адаптації і внутрішньої інтеграції працівників, правил, що виправдали себе в минулому і підтвердили свою актуальність"(1996). [5].

На думку Є. Смирнова, організаційна культура означає упорядковану сукупність виробничих, суспільних та духовних досягнень людей

У понятійно-термінологічному словнику з менеджменту «організаційна культура» розглядається як 1) сукупність базових гіпотез, цінностей і артефактів; 2) цінності й норми, які засвоєні та застосовуються членами підприємства і водночас вирішальним визначають їхню поведінку; 3) атмосфера або соціальний клімат в організації; 4) домінуюча система цінностей і практик тощо [2, с.256.].

В Економічній енциклопедії «організаційна культура» трактується як «культура підприємства включає уявлення про завдання корпорації, її призначення, цілі, характер продукції і ринків; стиль діяльності і управління; критерії досягнення цілей і оцінки результатів. Всі ці елементи впливають на взаємозв'язки, взаємовідносини працівників, керівників і підлеглих, підрозділів і підприємств. На координацію їх діяльності, форми їх співробітництва в процесі прийняття рішень, шляхи попередження і вирішення конфліктів[3, с.72.].

А. Радугін вважає, що «організаційна культура виражає певні колективні уявлення про цілі та способи підприємницької діяльності даного підприємства»

Основною метою дослідження організаційної культури вищого навчального закладу є створення сприятливих умов для адаптації на ринку освітніх послуг, забезпечення можливості зберегти накопичений потенціал, не лише функціонувати, а й розвиватись

Організаційна культура вищого навчального закладу полягає в тому, що людський фактор є рушійною силою в розвитку освіти. При цьому беруться до уваги професійні здібності, особистісні якості й індивідуальна культура, відображає всю сукупність і складну взаємодію членів педагогічного колективу, які формують мотиви й моделі трудової поведінки, що відображуються та передаються традиціями вищої школи.

На думку О. С. Віханського і О. І. Наумова «організаційна культура – набір найважливіших спрямованих на членів колективу припущень, що набувають вираження у цінностях, декларованих організацією, і задають людям орієнтири їхньої поведінки та дій

Так, наприклад, російський дослідник В.І.Підлісних вважає, що організаційна культура формується спонтанно, оскільки виникає з моменту створення організації, незалежно від бажання керівництва [4.].

Харчишина О.В у своїй монографії відзначає, що «організаційна культура» – це комплекс базових цінностей, які домінують у суспільній системі та мають своєю метою вирішення певних проблем або досягнення певних цілей[6, 38]. Цінності, що складають організаційну культуру, не просто відповідають на питання, у який спосіб повинні діяти суб'єкти тієї чи іншої системи, але визначають, чого ж конкретно прагне досягти система, щоб потім, на основі визначених пріоритетів, сформулювати конкретні шляхи досягнення цих цілей

Науковець Г. Хаєт вважає, що «організаційна культура – це система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів і т.д., які склались в організації та її підрозділах за час діяльності та які сприймаються більшістю співробітників» [7, с.11].

Узагальнюючи вищевикладене, можна зазначити, що організаційна культура включає: формування стійкого позитивного образу – іміджу підприємства, організації, чи вищого навчального закладу, що створює йому відповідну репутацію, загальний культурний і професійний рівень та постійну мотивацію працівників для досягнення економічного результату.

Формування організаційної культури завжди говорить про високий рівень розвитку моральності, професійних і людських якостей, підтримання духу згуртованої членів колективу, які працюють заради спільних цілей.

#### Список використаних джерел

1. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн; [пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой]. – СПб.: Питер, 2001. – 320 с.
2. Менеджмент: Понятійно-термінологічний словник [За ред. Г.В. Щокіна та ін.] – К. : МАУП, 2007. – 744 с.
3. Економічна енциклопедія [За ред. Б.Д. Гаврилишин] в 3-х томах. – К.: Академія, 2002. – 951 с
4. Подлесных В.И. Теория организаций. – СПб.: Питер, 2003. – 253 с.
5. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. / Э. Шейн ; [пер. с англ. / под ред. Т.Ю. Ковалевой.] – [3-е изд.]. – СПб.: Питер, 2007. – 336 с
6. Харчишина О.В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості : монографія. – Житомир: Вид-во ЖДУ, 2011. – 290 с
7. Корпоративна культура: навч. посіб. [Г.Л. Хаєт, О.Л. Єськов, Л.Г. Хаєт та інш.]; за заг ред. Г.Л. Хаєта. – К.: ЦУЛ, 2003. – 403 с.

**Науковий керівник:** д. е. н., доцент Білик В. В.

## **КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Нині однією з проблем сучасного світу є вдосконалення соціальної системи. Ця проблема актуальна, оскільки без ефективного функціонування цієї системи стабільність і прогрес не мають місця в соціальному середовищі. Застосування комунікаційних технологій в соціальній сфері — це найбільш ефективний метод розв'язання цієї проблеми. Ці технології мають еластичність, ліквідність і пристосованість до впливів зовнішнього середовища. В ході модернізації соціального середовища комунікаційні технології являють собою основний фундамент суспільства, бо з їх допомогою можна поліпшити та автоматизувати процеси обробки даних інформації, які в останні роки займають вагомe місце в життєвому процесі людського суспільства[2, с.67].

Комунікаційні технології в соціальному середовищі на сьогодні надають:

1) збір, накопичення подій і статистичної інформації про громадські зв'язки та розвиток, соціального складу населення, можливості соціальної інфраструктури, результативності наданих заходів громадської охорони, класах і шарах населення що потребують особливої уваги;

2) збереження даних в такому вигляді, який надавав би легке і швидке знаходження, своєчасне оновлення і пред'явлення даних у міру потреби;

3) зіставлення показників дійсних соціальних процесів з показовими зразками громадського відтворення населення, враховуючи швидкість їх перетворень;

4) взаємодія загальнодержавних, загальногалузевих і обласних складів досліджень розвитку діяльності соціального середовища; ефективно, своєчасне і повне надання даних та інформації в призначеному вигляді провідника різних рівнів. [3, с.26]

Роль елемента і функції інформаційного суспільства відіграють комунікаційні технології. Функція в основному спрямована на зберігання, оптимізацію, стабілізацію і удосконалення системи регулювання суспільства нових мереж. Довгий час за допомогою традицій і звичаїв, культурних зразків і норм, на основі правил і приписів передавалися з покоління в покоління інформація і знання. Зараз ми надаємо цю роботу технологіям. Вони ран жирують велику кількість інформації на всесвітньому, обласному та місцевому рівнях, а також мають величезне значення в формуванні техніки і її структури, в збільшенні значення прогресу і динамічно охоплюють величезні області соціального, політичного та культурного життя, в тому числі домашній побут, розваги та дозвілля. [2, с.71]

У сучасному світі всю життєдіяльність людства неможливо уявити без використання комп'ютерної техніки. Нині виявляється напрямок до з'єднання різних видів комунікаційних технологій в цілу комп'ютерно-технологічну сукупність, якій присвоїли термін інтегрованої системи. Значущу роль в ній грають засоби телекомунікації, які забезпечують не тільки надмірно великий технологічний потенціал автоматизації адміністративної діяльності, а і є фундаментом підстави самих різних загально мережевих різновидів комунікаційних технологій. Телекомунікаційні технології забезпечують електро дистанційне надання інформації на базисних мережах і новітніх технічних методах комунікації. Важливу тенденцію в їх прогресі складають: процеси з'єднання місцевих, регіональних та всесвітніх комп'ютерних мереж. Ці процеси мають значний вплив на обсяги економічного розвитку, діяльність організацій і фірм. Це об'єднання відбувається завдяки розповсюдженню технологій мережі Інтернет як найбільш зручного засобу взаємодії різних інформаційних систем.

Сучасний період розвитку сучасного суспільства характеризує процес інформатизації. Інформатизація суспільства – це глобальний соціальний процес, особливість якого полягає в тому, що переважним видом діяльності у сфері суспільного виробництва є збір, накопичення, продукування, обробка, зберігання, передача і використання інформації, здійснювані на основі сучасних засобів мікропроцесорної та обчислювальної техніки, а також на базі різноманітних засобів інформаційного обміну. [1, с. 90]