

УДК 378.14:316.723

К. А. Тахтарова

УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ В СИСТЕМІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Статтю присвячено поглибленню теоретичних аспектів та методичних підходів дослідження процесу управління комунікаціями в системі корпоративної культури закладів вищої освіти.

Зроблено висновок про неоднозначність впливу управління комунікаціями в системі корпоративної культури на злагоджений та безперервний освітній процес в закладах вищої освіти. Встановлено, що в сучасних умовах управління комунікаціями є частиною загального процесу функціонування самого закладу як окремої організації.

Обґрунтовано, що на ринку освітніх послуг простежується тенденція до оновлення соціально-трудова відносин всіх сторін освітнього процесу, зокрема, інноваційних форм комунікацій та розвитку корпоративної культури.

Запропоновано поширення інноваційних форм та об'єднання в єдиний ланцюг управління комунікаціями сприяє розширенню можливостей удосконалення освітнього процесу закладу вищої освіти.

Акцентовано увагу, що в умовах віддаленого режиму роботи доцільність та вирішення вагомих для закладів вищої освіти завдань по досягненню якісних результатів управління комунікаційним процесом за рахунок ефективного використання інформаційних ресурсів нададуть більших можливостей ефективного управлінню комунікаціями, завдяки прийняттю рішень щодо оптимальних умов, які стануть запорукою злагодженої роботи та комунікаційної взаємодії сторін освітнього процесу в системі корпоративної культури.

Ключові слова: корпоративна культура, внутрішнє та зовнішнє середовище, комунікаційні зв'язки, єдиний комунікаційний ланцюг, управління комунікаціями.

DOI 10.34079/2226-2822-2022-12-24-68-75

Постановка проблеми. Корпоративна культура є однією з основних детермінант ефективного розвитку будь-якої організації в будь-якій сфері діяльності. Свідоме формування та розвиток корпоративної культури, підвищення її рівня до вимог сьогодення, яке ставить перед закладами вищої освіти складні задачі, особливо в роки локдауну та воєнного стану, переходу до дистанційної роботи та навчання, значно ускладнює запровадження традиційних підходів до функціонування традиційних методів корпоративної культури. Потрібні нові бачення процесу роботи, спілкування, звітування, проведення заходів, що потребують переходу до абсолютно нових форм комунікацій та управління комунікаційним процесом. Тому в нових умовах актуалізується дослідження розвитку корпоративної культури та створення єдиного комунікаційного ланцюга управління комунікаціями в закладі вищої освіти як засобу ефективного функціонування комунікаційних зв'язків між сторонами освітнього процесу в режимі віддаленої роботи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичними засадами розвитку корпоративних відносин стала школа людських стосунків Е. Мейо (Мейо, б.д.), М. Фоллет (Follett, 1977), проблемі включення викладача у систему корпоративних відносин закладу вищої освіти присвячено здобутки К. Гнезділової (Гнезділова, 2013). Дослідженням управління комунікаціями в організаціях присвячено наукові праці:

В. Антонюк (Антонюк, 2021), В. Бебик (Бебик, 2005), Н. Зражевської (Зражевська, 2015), О. Кришталевої (Краснокутська та Кришталева, 2021), Г. Осовської (Осовська, 2003), Н. Любченко (Любченко, 2013), О. Поцулко (Поцулко, 2019), С. Стахурська (Стахурська та Ткачук, 2015), С. Хаслам, О. Черниш (Черниш, 2018) та інші. Значний внесок у вивчення формування корпоративної культури в аспекті віддаленого режиму роботи здійснили такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Л. Щетініна, С. Рудакова, В. Б. Алозані, М. Бренан, С. Дж. Гарінгтон, Дж. Сантіно, Дж. Четмен, Ф. Джино, Г. Галахер, Н. Лавгров та ін.

Метою статті є розроблення та наукове обґрунтування моделі управління комунікаціями в системі корпоративної культури закладів вищої освіти, що забезпечує безперервний сталий розвиток ЗВО в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Сторони освітнього процесу ЗВО обов'язково знайомляться із сукупністю цінностей, норм і правил поведінки, що є основою корпоративної культури. «Існує механізм передачі і засвоєння кожним учасником проголошених закладом цінностей – це корпоративні комунікації, які слугують системою розповсюдження корпоративної інформації. Організаційні комунікації є механізмом адаптації, соціалізації, розвитку особистості викладача в університеті, розвитку його соціальної компетентності, врешті-решт, становлення його як професіонала» (Гнезділова, 2013, с. 87).

Ефективні комунікації сприяють підвищенню показників діяльності закладу, формуванню відчуття причетності до організації та збільшують рівень задоволення працівників своєю працею.

Основними особливостями побудови повноцінного широкоохоплюючого процесу управління комунікаціями є те, що він об'єднує три підсистеми: *внутрішню (локальну), корпоративну та зовнішню.*

Внутрішня підсистема покликана забезпечити ефективний обмін комунікаціями всієї організації – це канали зв'язку з внутрішніми цільовими групами, конкретним працівником, підрозділом або інформація для підприємства загалом (Поцулко, 2019, с. 80). Головним завданням внутрішньої підсистеми комунікаційного процесу є організація ефективного керівництва на всіх рівнях управління.

О. Хаслам виділяє 4 ключові функції внутрішньої підсистеми комунікаційного процесу в організації:

- допомагати працівникам розуміти цінності і корпоративну культуру організації;
- формувати підтримку працівниками цілей і політики організації;
- надавати необхідну для виконання робочих завдань інформацію;
- інформувати про події і рішення, що стосуються роботи всіх відділів (Knight and Haslam, 2010, с. 723–724).

Тому ефективно управління внутрішньою підсистемою надає можливість забезпечувати вільний рух інформації по вертикалі: формалізувати, структурувати, узагальнювати та накопичувати досвід і знання кожного працівника в єдиному інформаційному середовищі.

Корпоративна підсистема комунікаційного процесу (комунікації із відокремленими структурними підрозділами) розглядається як комплекс управлінських заходів, що окреслюють внутрішні та зовнішні комунікації та спрямовують свої зв'язки на створення сприятливих трудових та соціально-психологічних відносин. Вона є стратегічною базою всіх комунікаційних процесів підприємства, в якій виокремлюється ще й PR – «паблік рилейшнз» (Стахурська та Ткачук, 2015, с. 113).

Процес *зовнішньої підсистеми* не можливий без переходу до ефективних форм створення тривалих партнерських взаємовідносин ринкових суб'єктів, підвищення його конкурентоспроможності тощо.

Зовнішня підсистема комунікаційного процесу ЗВО складається з наступних блоків (Любченко, 2013, с. 114):

- система комунікацій із суб'єктами мезо- оточення: комунікації зі споживачами освітніх послуг; комунікації із представниками масової інформації, PR- агенціями та іншими контактними аудиторіями (батьками абітурієнтів та здобувачів вищої освіти, стейкхолдерами), взаємовідносини з якими покликані сформувати позитивну громадську думку;

- комунікації із посередниками: фінансовими, інвестиційними, маркетинговими, юридичними, страховими, тощо;

- система комунікацій із суб'єктами макро- оточення: комунікації із органами та представництвами державної влади; комунікації із структурами регіонального рівня; комунікації із міжнародними організаціями та партнерами (Стахурська та Ткачук, 2015, с. 114).

Основним для зовнішньої підсистеми комунікаційного процесу є перелік засобів, який повинен включати:

- визначення завдань організації;
- вибір цільової групи для подальшої роботи;
- організація та компактність дії комунікаційної роботи;
- формування відповідних повідомлень в комунікаційному середовищі підприємства;
- планування діяльності кожного з учасників комунікаційного процесу.

Під час формування усіх підсистем комунікаційного процесу потрібно приділити особливу увагу каналам зв'язку, за допомогою яких комунікація буде передаватись від відправників до одержувачів (Любченко, 2013, с. 42).

Отже, комунікації покликані сприяти формуванню, управлінню й розвитку корпоративної культури, є чинником, що сприяє цьому процесу та виконують роль механізму, завдяки якому водночас у закладі генеруються нові цінності і знання. Тому управління комунікаціями всередині закладу на стратегічному й оперативному рівнях є дуже важливим завданням, особливо в умовах дистанційної роботи, обумовленої сучасними викликами.

У обрисі ефективного управління комунікаціями в закладі вищої освіти необхідно побудувати таку комунікаційну систему, яка б відповідала всім нормам і правилам роботи організації, яка представляє собою сукупність інформаційних технологій, документів, управління даними організації з використанням техніки і зв'язку для реалізації всіх комунікаційних процесів

Завдяки правильно налагодженій комунікації і відбувається прийняття ефективних рішень, де виконавці отримують необхідні комунікаційні повідомлення та надають дані ухвалення рішень щодо виконання завдань.

Основний персонал повинен скоригувати свої управлінські дії щодо цілей і завдань, а керівники мають проводити контроль за роботою своїх підлеглих через засоби комунікацій. Тоді між апаратом управління та персоналом відбувається розвинене взаєморозуміння, продуктивна співпраця та довіра при ухваленні стратегічних рішень.

При стратегічному аналізі контактних груп закладу освіти потрібен зворотній зв'язок із всіма цільовими аудиторіями (зовнішньою і внутрішньою), аудит відвідування всіх каналів, де розміщена інформація про заклад.

Завдяки цьому аналізу можна визначити обсяг генеральної сукупності по відношенню до комунікацій, а саме, відвідування сайту, всіх офіційних каналів, розміщених в соціальних мережах та оприлюднення достовірної інформації в розділах корпоративного сайту організації.

Визначення комунікаційних стратегій, цілей та завдань закладу покаже керівництву, яка мета та ціль закладена в підвищенні ефективності управління комунікаціями та який ефект можна отримати від запропонованих комунікаційних проектів.

Ухвалення стратегічних рішень щодо прийняття в розробку комунікаційних програм закладу вищої освіти має стати надійним чинником в розробці відповідної програми та комунікаційно-з'єднувальним ланцюгом між виконавцями комунікаційного процесу.

Надання швидких, повних та надійних комунікаційних повідомлень, формування запитів по надходженню комунікаційних даних до всіх сторін, які отримують послуги у сфері комунікації та інформатизації повинно відбуватися на користь потенційних абітурієнтів та партнерів навчального закладу.

Оцінювання результатів по впровадженню комунікаційних проєктів та стратегій для університету повинно розроблятися відповідно до впровадження в комунікаційну мережу конкретних інформаційних дій по підвищенню ефективності управління комунікаціями в організації.

При оптимальному використуванні всіх елементів, що пов'язані з діями по підвищенню ефективності ухвалення стратегічних рішень, всі учасники комунікаційного процесу зможуть ознайомитись із самою специфікою діяльності закладу вищої освіти та мати комунікаційну компетентність в прийнятті важливих організаційних рішень щодо управління комунікаціями.

Управління комунікаціями в організаціях є специфічним об'єктом: з одного боку - це елемент керуючої підсистеми, а з другого – це складова керованої підсистеми. Побудова системи комунікацій повинна відбуватися паралельно по всіх підсистемах, щоб уникнути відчутного дисбалансу.

З постійним розвитком технологій у сфері комунікацій та інформатизації неминуче доведеться покращувати технічну інфраструктуру в самій організації, розширювати та оптимізувати комунікаційне забезпечення, підвищувати кваліфікацію персоналу та впроваджувати сучасні методи управління.

Ефективність управління комунікаціями в підприємствах залежить і від комунікаційної привабливості університету, яку можна охарактеризувати за наступними напрямками:

- враховувати у своїй діяльності ту інформацію, яка є направленою до персоналу закладу, який, в свою чергу, має притаманні комунікативні властивості передачі і прийому різноманітного роду комунікації;

- ефективне управління закладом освіти повинно складатися з висококваліфікованого персоналу, який відповідає всім ліцензійним вимогам МОН України та регулярного моніторингу з якості освіти (проведення навчальних занять, підвищення кваліфікації, рейтингування за підсумками календарного року, опитування здобувачів вищої освіти, тощо) за допомогою новітніх комунікацій;

- ефективне управління закладом освіти повинно складатися з моніторингу забезпечення ресурсів для організації навчального процесу (приміщення, обладнання аудиторій і лабораторій, оснащеність робочих місць, доступ до мережі, наявність і доступ до навчальних видань, доступ до дистанційних ліцензованих платформ, тощо);

- з моніторингу функціонування єдиної інформаційної системи (документообіг, Е-архів, хмарні технології, офіс 365, ЄДЕБО, АС деканат, управління Е-навчанням, тощо);

- з забезпечення публічності та прозорості інформації (оприлюднення інформації щодо освітніх програм, заходів, моніторингу інформаційного простору, тощо).

Комунікації, які безперешкодно рухаються в правильному напрямку і є важливим фактором існування самого закладу вищої освіти.

Для більш ефективного надходження комунікаційних даних до виконавців комунікаційного процесу представимо теоретичну модель єдиного комунікаційного ланцюга управління комунікаціями в закладі освіти, який описує основні аспекти проходження інформації на всіх етапах знаходження повідомлення в комунікаційному середовищі (рис. 1).

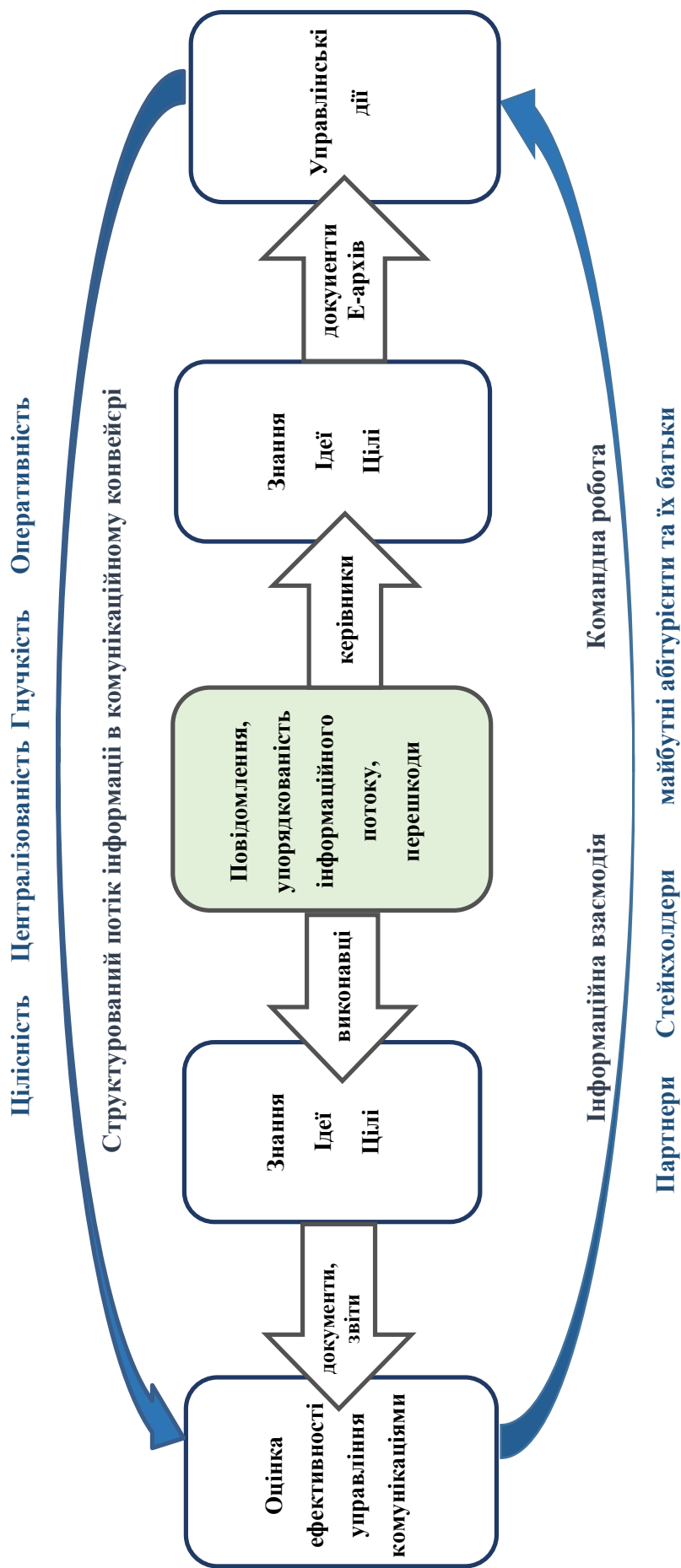


Рисунок 1. Модель єдиного ланцюга управління комунікаціями закладу вищої освіти

(Складено автором за даними проведеного дослідження)

Таке схематично зображення управлінських дій в середовищі комунікаційних процесів впадає в перспективний та інноваційний напрямок розвитку управління комунікаціями в системі організаційної та корпоративної культури.

Єдиний комунікаційний ланцюг управління комунікаціями в організації – є комплексом взаємопов'язаних елементів комунікації, що забезпечують її ефективність під час формування та оцінки комунікаційної системи як динамічної системи, що розвивається. Побудова ефективної системи комунікацій закладу вищої освіти потребує ретельного регулювання та організації всіх комунікаційних потоків.

Ефективна комунікаційна мережа закладу вищої освіти – це:

- наявність творчого середовища;
- спонукання до науково-дослідницької діяльності;
- зростання професійних показників роботи науково-педагогічного та адміністративного персоналу;
- залучення внутрішньої та зовнішньої цільової групи до заходів, які відбуваються в навчальному закладі;
- допомога у створенні максимально комфортного соціально-психологічного клімату на всіх рівнях взаємодіючих груп.

Висновки. Сторони освітнього процесу університету повинні спрямовувати свої знання для інформаційної взаємодії між апаратом управління, навчально-педагогічним персоналом та структурними підрозділами для того, щоб структурований комунікаційний потік даних відбувався в постійному русі з численними поглибленими ідеями, де б самі комунікації сконцентровували взаємодію з усіма елементами комунікаційної системи для задоволення потреб і співробітників і здобувачів вищої освіти, і партнерів, і стейкхолдерів закладу.

Вдосконалення системи корпоративних комунікацій та напрямів ефективності його управління – одне з найважливіших завдань керівництва закладу, щоб досягти максимально зручного та швидкого донесення інформації до всіх учасників освітнього процесу у вигляді подачі інформації під сучасні платформи зв'язку в суспільстві.

Щодо цільових аудиторій, як викладачі, деканати, здобувачі вищої освіти, то своєчасна доставка до них актуальної інформації, як розклад занять та екзаменаційної сесії, зміна в розкладі занять, наради, конференції, круглі столи майстер-класи, масові заходи, волонтерство, спортивні змагання, тощо є запорукою успішної внутрішньої комунікації в системі корпоративної культури навчального закладу.

Бібліографічний список

- Антонюк, В. П., 2021. Стратегія розвитку вищої освіти України в контексті вимог до людського капіталу та євроінтеграційних процесів. *Вісник економічної науки України*, 1, с. 113–119.
- Бєбик, В. М., 2005. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз : *монографія*. Київ: МАУП.
- Гнезділова, К. М., 2013. *Корпоративна культура викладача вищої школи : навч.-метод. посібник*. Черкаси: ЧНУ імені Богдана Хмельницького.
- Зражевська, Н. І., 2015. *Комунікаційні технології: лекції*. Черкаси: Брама-Україна.
- Краснокутська, Н. С. та Кришталева, О. В., 2021. Розвиток корпоративної культури в умовах віддаленого режиму роботи. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*, 32(71), № 4, с. 53–57.
- Любченко, Н. Л., 2013. Система комунікаційного менеджменту підприємства. *Інноваційна економіка*, 10, с. 40–45.

- Мейо, Е., б.д. Школа людських відносин. *Pidru4niki* [online]. Доступно: <https://pidru4niki.com/12920522/menedzhment/shkola_lyudskih_vidnosin_meyo>
- Осовська, Г. В., 2003. *Комунікації в менеджменті: навчальний посібник*. Київ: Кондор.
- Поцулко, О. А., 2019. Науково-методичні аспекти управління комунікаціями. *Дослідження проблем гуманітарних наук : збірник наукових праць*. Київ: КНУТД, с. 77–90.
- Стахурська, С. А. та Ткачук, С. В., 2015. Сучасна система комунікацій підприємства як чинник успішної діяльності на ринку. *Формування ринкових відносин в Україні*, 12, с. 112–115.
- Черниш, О. В., 2018. Стратегічне управління освітньою діяльністю у ЗВО. *Економіка і суспільство*, 19, с. 689–698.
- Follett, M. P., 1977. *Dynamic Administration*. Hippocrene Books.
- Knight, C. and Haslam, S., 2010. Your Place or Mine? Organizational Identification and Comfort as Mediators of Relationships between the Managerial Control of Workspace and Employees' Satisfaction and Well-being. *British Journal of Management*, 21(3), pp. 717–735.

References

- Antoniuk, V. P., 2021. Stratehiia rozvytku vyshchoi osvity Ukrainy v konteksti vymoh do liudskoho kapitalu ta yevrointehratsiinykh protsesiv [Strategy for the development of higher education of Ukraine in the context of requirements for human capital and European integration processes]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, 1, p. 113–119 (in Ukrainian).
- Bebyk, V. M., 2005. *Informatsiino-komunikatsiinyi menedzhment u hlobalnomu suspilstvi: psykholohiia, tekhnolohii, tekhnika pablik ryleishnz : monohrafiia [Information and communication management in global society: psychology, technologies, public relations technique: monograph]*. Kyiv: MAUP. (in Ukrainian).
- Chernysh, O. V., 2018. Stratehichne upravlinnia osvitnoiu diialnistiu u ZVO [Strategic management of educational activities in higher education institution]. *Економіка і суспільство*, 19, p. 689–698. (in Ukrainian).
- Follett, M. P., 1977. *Dynamic Administration*. Hippocrene Books.
- Hnezdilova, K. M., 2013. *Korporatyvna kultura vykladacha vyshchoi shkoly : navch.-metod. posibnyk [Corporate culture of a higher school teacher: teaching method. manual]*. Cherkasy: ChNU imeni Bohdana Khmelnytskoho. (in Ukrainian).
- Knight, C. and Haslam, S., 2010. Your Place or Mine? Organizational Identification and Comfort as Mediators of Relationships between the Managerial Control of Workspace and Employees' Satisfaction and Well-being. *British Journal of Management*, 21(3), pp. 717–735.
- Krasnokutska, N. S. ta Kryshthalieva, O. V., 2021. Rozvytok korporatyvnoi kultury v umovakh viddalenooho rezhymu roboty [Development of corporate culture in conditions of remote work mode]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Ekonomika i upravlinnia*, 32(71), № 4, p. 53–57. (in Ukrainian).
- Liubchenko, N. L., 2013. Systema komunikatsiinooho menedzhmentu pidpriemstva [Enterprise communication management system]. *Innovatsiina ekonomika*, 10, p. 40–45. (in Ukrainian).
- Meio, E., b.d. Shkola liudskykh vidnosyn [School of human relations]. *Pidru4niki* [online]. Available at: <https://pidru4niki.com/12920522/menedzhment/shkola_lyudskih_vidnosin_meyo> (in Ukrainian).

- Osovska, H. V., 2003. *Komunikatsii v menedzhmenti: navchalnyi posibnyk* [Communications in management: a study guide]. Kyiv: Kondor. (in Ukrainian).
- Potsulko, O. A., 2019. Naukovo-metodychni aspekty upravlinnia komunikatsiiamy [Scientific and methodological aspects of communications management.]. *Doslidzhennia problem humanitarnykh nauk : zbirnyk naukovykh prats*. Kyiv: KNUTD, p. 77–90. (in Ukrainian).
- Stakhurska, S. A. and Tkachuk, S. V., 2015. Suchasna systema komunikatsii pidpriemstva yak chynnyk uspishnoi diialnosti na rynku [The modern communication system of the enterprise as a factor of successful activity on the market]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, 12, p. 112–115. (in Ukrainian).
- Zrazhevska, N. I., 2015. *Komunikatsiini tekhnolohii: leksii* [Communication technologies: lectures]. Cherkasy: Brama-Ukraina. (in Ukrainian).

Стаття надійшла до редакції 24.12.2022

Takhtarova K. A.

COMMUNICATIONS MANAGEMENT IN THE CORPORATE CULTURE SYSTEM OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

The article is devoted to the deepening of the theoretical aspects and methodological approaches of researching the process of communication management in the system of corporate culture of higher education institutions.

A conclusion was made about the ambiguity of the influence of communication management in the system of corporate culture on a coherent and smooth educational process in higher education institutions. It was established that in modern conditions, communication management is part of the general process of functioning of the institution itself as a separate organization.

It is substantiated that in the market of educational services there is a tendency to update the social and labor relations of all sides of the educational process, in particular, innovative forms of communications and the development of corporate culture.

It is proposed that the spread of innovative forms and unification into a single chain of communications management contributes to the expansion of opportunities for improving the educational process of a higher education institution.

Attention is drawn to the fact that in the conditions of the remote mode of work, the expediency and solution of important tasks for higher education institutions to achieve high-quality results of the management of the communication process due to the effective use of information resources will provide greater opportunities for the effective management of communications, thanks to the adoption of decisions regarding optimal conditions, which will be the key to coordinated work and communication interaction of the parties of the educational process in the system of corporate culture.

Keywords: *corporate culture, internal and external environment, communication links, single communication chain, communication management.*