

Надія БЛИК

кандидат історичних наук, доцент
кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності
Західноукраїнського національного університету

E-mail: n.bilyk@wunu.edu.ua
ORCID ID 0000-0003-3166-7433

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

АНОТАЦІЯ.

Вступ. Корпоративна культура виконує функцію регулятора поведінки персоналу через систему цінностей, норм, правил, встановлених у межах окремого закладу освіти. Корпоративну культуру можна розглядати як своєрідну ідеологію управління, спрямовану на підвищення ділової активності співробітників, формування їх корпоративної ідентичності.

Метою статті є дослідити феномен корпоративної культури, проаналізувати структуру та функції корпоративної культури, схарактеризувати особливості корпоративного кодексу, розкрити сутність корпоративних символів, представити головні аспекти формування корпоративної культури закладу вищої освіти (на прикладі Західноукраїнського національного університету).

Методологія дослідження ґрунтована на комплексному застосуванні загальнонаукових методів, у тому числі аналізу й синтезу. Застосований історико-культурний підхід передбачає дослідження корпоративної культури як соціокультурного феномена, її ролі у творенні іміджу університету. Наукова новизна отриманих результатів відображена як в окреслені проблеми, так і у комплексному підході до її розв'язання; робота є дослідженням інноваційної діяльності закладів вищої освіти щодо формування та розвитку корпоративної культури, критично аналізує раніше не досліджені аспекти діяльності Західноукраїнського національного університету.

Результати. Встановлено, що керівництво закладу вищої освіти формує корпоративну культуру, завдяки якій співробітники ідентифікують себе як професійну спільноту, що вирізняється на ринку освітніх послуг. Запропоновано напрями вдосконалення корпоративної культури університету, проаналізовано базові засади ефективної корпоративної культури, зміст корпоративного кодексу, а також роль корпоративних символів у формуванні іміджу університету.

Ключові слова: корпоративна культура, корпоративний символ, корпоративний кодекс, заклад вищої освіти, Західноукраїнський національний університет.

Формули: 0, Рис.: 0, табл.:0, бібл.: 20

Nadiya BILYK

CORPORATE CULTURE OF INSTITUTE OF HIGHER EDUCATION

ABSTRACT

Introduction. Corporate culture serves as a regulator of staff behavior through a system of values, norms, rules established within a single educational institution. Corporate culture can be considered as a kind of management ideology aimed at increasing the business activity of employees, the formation of their corporate identity.

Goal is to investigate the phenomenon of corporate culture, to analyze the structure and functions of corporate culture, to characterize the features of the corporate code, to reveal the essence of corporate symbols; to present the main aspects of forming the corporate culture of a higher education institution (on the example of the Western Ukrainian National University).

Method. The research methodology is based on the complex application of general scientific

methods, including analysis and synthesis. The applied historical and cultural approach involves the study of corporate culture as a socio-cultural phenomenon, its role in creating the image of the university.

Results. *The scientific novelty of the obtained results is reflected both in the very formulation of the problem and in a comprehensive approach to its solution; The work is a study of the innovative activities of higher education institutions in the formation and development of corporate culture, is a critical analysis of previously unexplored aspects of the Western Ukrainian National University. The results of the study are reflected in the conclusions.*

Conclusions. *It is established that the management of a higher education institution forms a corporate culture, thanks to which employees identify themselves as a professional community that stands out in the market of educational services. The directions of improvement of corporate culture of the university are offered, the basic principles of effective corporate culture, the maintenance of the corporate code, and also a role of corporate symbols in formation of image of university are analyzed.*

Key words: *corporate culture, corporate symbol, corporate code, institution of higher education, West Ukrainian National University.*

Formulas: 0, Fig.: 0, tabl.: 0, bibl.: 20

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. В останнє десятиліття зросла роль корпоративної культури, що виконує функцію регулятора поведінки персоналу через систему цінностей, норм, правил. Корпоративну культуру можна розглядати як своєрідну ідеологію управління, спрямовану на підвищення ділової активності співробітників, формування їх корпоративної ідентичності. У сучасних умовах запровадження в Україні університетської автономії інноваційні акценти менеджменту доцільно переносити на формування корпоративної культури закладів вищої освіти, завдяки якій співробітники ідентифікують себе як професійну спільноту, що вирізняється на ринку освітніх послуг. Ця індивідуальність є однією з визначальних складових конкурентоспроможності університету, його популярності серед майбутніх студентів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найновіші дослідження корпоративної культури здійснюють фахівці у сфері менеджменту, економіки, соціології, психології та культурології. В останні роки зросло число вітчизняних науковців, які вивчають особливості корпоративної культури в контексті діяльності університетів, що зумовлено входженням закладів вищої освіти України до світового освітнього простору, й, відповідно, зростанням конкуренції між ними в умовах глобалізації. Феномен корпоративних відносин у сфері освіти досліджували Н. Білик [1], О. Воронянська [2], М. Гнезділова [3], Н. Горбенко [4, 5], В. Кубко [8, 9], Л. Хижняк [18], В. Шаполова [19] та ін. Аналіз публікацій свідчить, що вчені по-різному висвітлюють окремі аспекти проблеми дослідження та визначення підходів щодо її розв'язання.

Мета статті. Метою статті є дослідити феномен корпоративної культури, проаналізувати структуру та функції корпоративної культури, охарактеризувати особливості корпоративного кодексу, розкрити сутність корпоративних символів, представити головні аспекти формування корпоративної культури закладу вищої освіти (на прикладі Західноукраїнського національного університету). Застосований історико-культурний підхід передбачає дослідження корпоративної культури як соціокультурного феномену, аналіз її ролі у творенні іміджу університету.

Виклад основного матеріалу дослідження. Міждисциплінарний характер теорії корпоративної культури спричинив виникнення низки близьких за змістом визначень терміна «корпоративна культура». Зокрема, В. Співак схарактеризував поняття таким чином: «Система матеріальних і духовних цінностей, проявів, які взаємодіють між собою і є притаманними даній корпорації, відображають її індивідуальність і сприйняття себе та інших в соціальному і матеріальному середовищі та проявляються у поведінці, взаємодії, сприйнятті себе й навколишнього середовища» [14, с. 13]. Власне тлумачення подав Г. Хаєт: «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 приймають більшість співробітників» [10, с. 11]. Також заслуговує на увагу визначення 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» [7, с. 4]. Отже, поняття «корпоративна культура» є багатогранним, про що свідчить різноманіття думок дослідників.

Цінності становлять ядро корпоративної культури, саме ціннісні орієнтації сприяють кожному працівникові зрозуміти та прийняти життєві пріоритети установи. «Знання основ корпоративної культури допомагає новим членам організації правильно інтерпретувати події, що відбуваються в ній, визначаючи все найбільш важливе й суттєве», у зв'язку з чим корпоративна культура набуває виховних функцій, які впливають на процес формування майбутніх фахівців [19, с. 102–103].

Сьогодні жодна організація не може існувати без корпоративної культури, поширення базових уявлень про неї серед співробітників, транслявання її елементів у зовнішнє середовище, створення позитивного іміджу установи в суспільстві. «Накопичений досвід передових компаній з формування і розвитку корпоративної культури може бути ефективно застосований у різних галузях та сферах суспільного життя, оскільки культура є основою життєвого потенціалу будь-якої організації. Нині корпоративну культуру дослідники визнали універсальним соціокультурним феноменом» [5, с. 5].

Корпоративна культура – це ефективний інструмент стратегічного розвитку закладу вищої освіти; завдяки їй працівники ідентифікують себе з університетом, роблять його успішним і конкурентоспроможним. На наш погляд, заслуговує на увагу таке тлумачення предмета дослідження: «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 відносин, поведінку студентів і співробітників, що відображає рівень досконалості, добropорядності та привабливості університетського бранда в сучасному соціокультурному і науково-освітньому просторі» [11].

Корпоративну культуру закладу вищої освіти розглядають як систему, що складається з елементів: 1) ціннісно-нормативна структура, базована на місії, філософії та ієрархії цілей компанії; 2) організаційна структура; 3) структура комунікацій; 4) структура соціально-психологічних відносин у підрозділах установи; 5) ігрова структура (мова, міфи, легенди, звичаї, традиції); 6) іміджева структура (фірмовий стиль, фірмовий одяг, логотип, прапор тощо) [18, с. 60]. Водночас, на думку Н. Яблонскене, феномен корпоративної культури університету варто звести до двох аспектів: по-перше, корпоративна культура виступає атрибутом і містить сукупність поведінкових норм, символів, ритуалів, традицій, які відповідають цінностям, що властиві навчальному закладові та їх поділяють його працівники; по-друге, корпоративна культура – це те, як університет реалізує свою місію всередині, спосіб існування університету [20].

Корпоративна культура закладу вищої освіти розвивається в часі, впродовж певного періоду формуються різноманітні складові елементи соціокультурного феномену. Корпоративна культура Західноукраїнського національного університету (ЗУНУ) – це результат копійної праці адміністрації вищого навчального закладу і працівників різних підрозділів, зокрема відділу інформації та зв'язків з громадськістю. У конкурентному середовищі корпоративна культура ЗУНУ є своєрідним маркетинговим інструментом, її унікальність пропагують серед тих, хто прагне отримати вищу освіту в Україні, зокрема, її основні складові елементи репрезентують на офіційному вебсайті класичного університету м. Тернополя. Щодо ЗУНУ варто виділити такі ознаки розвиненої корпоративної ідентичності: високий ступінь поінформованості про історію університету, його місію, цінності, норми, традиції, символіку 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...» [4, с. 104].

У «Стратегії розвитку Західноукраїнського національного університету на 2021–2025 роки», затвердженій рішенням конференції трудового колективу ЗУНУ 16 грудня 2020 р., проголошено

місію університету: «Західноукраїнський національний університет є багатогалузевим класичним університетом, що створює освітньо-наукову платформу пізнання, студентоцентрованого навчання та викладання, міждисциплінарних досліджень, розвитку та вдосконалення навичок, формування сучасних наукових, професійних компетентностей, служіння людям і громаді, стійкого та сталого розвитку держави, налагодження нових каналів комунікації на принципах взаємної довіри» [15, с. 3].

У документі також репрезентовано слоган ЗУНУ: «Успіх чекає того, хто мислить інноваційно, готовий до змін та відкритий до нового!» [15, с. 3]. Варто зазначити, що слоган, або девіз організації – це фраза, яка висловлює основну її цінність. Цей слоган, з одного боку, має загальнокорисну мету, а з другого – зображає рівень корпоративної культури ЗУНУ. Він формує в уявленні не лише викладачів і співробітників, але й студентів фундаментальні цінності. На порозі третього тисячоліття класичний університет передає новим поколінням студентів свої духовні надбання. Головним завданням закладу вищої освіти є формування гармонійно розвиненої особистості: становлення її як індивідуальності, справжнього патріота та кваліфікованого фахівця.

Серед стратегічних цілей ЗУНУ проголошено: «Утвердження стандартів корпоративної культури та привабливого іміджу» [15, с. 4]. Йдеться, зокрема, про дотримання норм «Етичного кодексу працівника університету», формування позитивного іміджу університету на державному та міжнародному рівнях, здійснення ребрендингу університету як інноваційної установи, підтримування єдиного корпоративного формату «усієї університетської електронної та поліграфічної продукції з використанням брендбуку університету» тощо [15, с. 13].

Більшість учених вважає розроблення внутрішнього кодексу першим етапом формування корпоративної культури будь-якої організації. Особливе значення мають корпоративні цінності, тобто набір правил, за допомогою яких адміністрація і співробітники визначають пріоритети, регулюють норми поведінки людей. У структурі корпоративного кодексу заведено виділяти ідеологічну та нормативну частини. Цим вимогам відповідає корпоративний кодекс ЗУНУ, представлений на офіційному сайті університету.

«Етичний кодекс Західноукраїнського національного університету» розроблено на основі Конституції України, Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про захист суспільної моралі», «Про засади запобігання і протидії корупції» і Статуту Університету. Документ містить розділи: «Преамбула»; I. «Загальні положення», II. «Основні принципи університетської етики»; III. «Норми етичної поведінки університетської спільноти ЗУНУ», IV. «Комісія з питань етики ЗУНУ»; V. «Заключні положення». У Кодексі ЗУНУ обґрунтовано основні моральні принципи та правила етичної поведінки університетської спільноти, зокрема, охарактеризовано норми «гідної поведінки у ЗУНУ» та визначено «неприйнятну поведінку» в університеті, також подано загальні правила дрес-коду для викладачів, співробітників і студентів [6].

Етичний кодекс ЗУНУ репрезентує корпоративні цінності та правила поведінки, які сформовано за майже 55 років існування закладу вищої освіти. Всі члени університетської громади мають керуватися моральними принципами: законності, взаємної довіри, відповідальності, взаємоповаги, партнерства і взаємодопомоги, чесності, порядності та справедливості, прозорості, відкритості, безпеки та добробуту. «Дотримання вище зазначених принципів має бути справою честі всіх без винятку членів університетського співтовариства» [6]. Водночас вітаються такі норми етичної поведінки, як дотримання правил моралі та взаємодопомоги, дбайливе ставлення до майна університету, повага до історії й традицій ЗУНУ, утвердження позитивного іміджу закладу вищої освіти серед загалу. Також викладачам і студентам необхідно дотримуватись чинного законодавства у сфері вживання української мови, норм ділового етикету. Етично недопустимими серед представників університетської спільноти є такі прояви поведінки, як хабарництво, шахрайство, підробка підписів в офіційних документах. Підлягають покаранню порушення академічної доброчесності, зокрема плагіат і списування. До «неприйнятної поведінки» в етичному кодексі ЗУНУ віднесено наступне: «Розповсюдження пліток та непідтвердженої інформації про своїх колег», «фізична чи моральна агресія проти інших, будь-які сексуальні зазіхання чи домагання», «використання родинних або службових зв'язків для отримання особистих переваг у професійній чи навчальній діяльності», «завдавання шкоди моральному чи фізичному здоров'ю, матеріальним цінностям колег, а також матеріально-технічній базі університету», «використання

без дозволу ректорату (деканату) символіки університету, факультету у різноманітних заходах, не пов'язаних з діяльністю ЗУНУ» тощо [6]. Варто зазначити, що з метою «моніторингу дотримання членами університетської громади моральних та правових норм» етичного кодексу в ЗУНУ створюється «Комісія з питань етики» [6].

Складовою корпоративної культури закладу вищої освіти є іміджева структура [18, с. 60]. Символіка університету на зовнішньому рівні включає: архітектурний комплекс, стиль одягу викладачів і студентів, внутрішній дизайн приміщень, а також герб, гімн і прапор університету [8, с. 2]. Символи – це об'єкти, дії, які мають значення для інших. Академічні традиції ЗУНУ розпізнаються через символіку корпоративної культури, завдяки якій посилюється почуття приналежності до закладу вищої освіти. У 2020 р. університет отримав статус класичного, у зв'язку з ребрендингом було офіційно затверджено новий герб, логотип та гімн ЗУНУ. Ці символи репрезентовано на сайті університету [13]. За сприяння відділу інформації та зв'язків з громадськістю розроблено комунікаційну стратегію, що містить «використання єдиного корпоративного стилю Західноукраїнського національного університету: кольорова гама, шрифти, правила розміщення...» [12].

До візуальних символів належать герб і логотип університету, які втілюють корпоративну ідеологію закладу. Герб ЗУНУ показав пошанування традицій та історії навчального закладу, в його основу покладено логотип Тернопільського національного економічного університету, що містив зображення-символи: у колі (символізує земну кулю, сферичну форму як ідею в цілому) поміщено схематичні контури території України; у центрі – перо (символізує істину та справедливість, духовні якості), яке обвите жовто-блакитним полотнищем (символізує кольори Державного прапора України); навколо кола – жовто-блакитну стрічку та колоски пшениці (символ багатства, родючості української землі); також логотип містив аббревіатуру «ТНЕУ» [1, с. 350]. Згодом логотип було змінено, основними кольорами стали білий і синій. У зв'язку з ребрендингом у 2020 р. запроваджено новий логотип, який обрали з поміж сотні запропонованих варіантів на конкурсі символіки. Він створений в україномовному й англomовному відповідниках [13].

Герб ЗУНУ поміщено на прапорі, якщо майорить перед головним корпусом поряд із Державними прапорами України та країн-партнерів класичного університету. Символіку університету поміщено на діловій документації, візитках співробітників, рекламних матеріалах, подарунковій продукції, пакетах. Корпоративна атрибутика використовується під час проведення конференцій, засідань Вченої ради тощо. Піклуючись про імідж, в ЗУНУ випускають фірмові блокноти, ручки, одяг, також замовляють фірмовий посуд, щоб ефективно мотивувати викладачів, співробітників і студентів, тим самим задовольняти їх потреби в корпоративній ідентичності.

У 2020 р. офіційно затверджено нову редакцію «Гімну Західноукраїнського національного університету» (слова Марії Баліцької, музика Остапа Гавриша). На офіційному сайті ЗУНУ репрезентовано його текст: «У Терен-полі є Національний / Західноукраїнський університет! / Звучить сміливо заклик тріумфальний – / Вперед – до знань! До успіхів – вперед! / Тут сивочолі, мудрі професори / Передають свій досвід і знання, / І наукові їх зростають школи – / Одне з найбільших вузу надбання. // Приспів: Упевнено! Гідно! Велично / Підтримуєм твій стрімкий лет... / Слався, Національний / Західноукраїнський Університет! // В класичнім університеті / Зібралась молодь – України цвіт! / Випускники численних факультетів / Репрезентують нас на цілий світ. // Всесвіт зове, і ждуть нові вершини! / Нам сонце щедро осяває шлях... / Вперед – до знань! До успіхів – невпинно! / Прославим Alma-mater у віках! // Приспів: Упевнено! Гідно! Велично / Підтримуєм твій стрімкий лет... / Слався, Національний / Західноукраїнський Університет!» [13].

Важливою складовою корпоративної культури ЗУНУ є університетські традиції. З року в рік у навчальному закладі заведено відзначати не лише державні та релігійні свята, а й власне університетські урочистості, серед яких виділимо такі заходи, як посвята першокурсників у студенти, вручення дипломів випускникам університету, проведення зібрань з приводу визначних дат. Для корпоративних заходів обов'язковим атрибутом стали мантиї ректора, деканів, професорів, що відповідає традиціям, прийнятим у європейських вишах. Щороку в університеті відзначають День народження Тараса Шевченка, Свято вишиванки тощо. Водночас варто започаткувати відзначення викладацьких династій, які працюють в університеті.

Відтворення «легендарності» організації досягають за допомогою історії, показаної в біографіях людей, які стали символами ЗУНУ. Серед таких визначних особистостей – засновники установи, ректори, керівники підрозділів, співробітники, з іменами яких пов'язані успіхи навчального закладу впродовж 54 років діяльності закладу вищої освіти в Тернополі. Наприклад, на честь першого ректора Леоніда Каніщенка названо наукову бібліотеку університету. Особливе місце серед пошанованих осіб ЗВО займають випускники, їх професійні досягнення стали яскравим підтвердженням високої якості освітніх послуг, професійності викладачів і, врешті-решт, престижності навчання в університеті. Розповідям про них відведено чисельні видання історії ТНЕУ [16, 17]; вони сприяють формуванню гордості за свій заклад і безпосередньої причетності кожного до важливої справи.

В утвердженні корпоративної ідентичності членів університетської громади вагомую роль відіграє «Музей Західноукраїнського національного університету», екскурсії до якого стали традиційними для першокурсників різних факультетів. В оновленій експозиції закладу репрезентовано чисельні документи та артефакти, що зображають основні віхи становлення та розвитку ЗУНУ. Знайомство з історією Alma-mater необхідне сучасній молоді, таким чином формується зв'язок з людьми, які впродовж багатьох років створювали позитивний імідж університету.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Для Західноукраїнського національного університету важливо не лише розбудовувати освітній процес на інноваційних засадах, зберігати традиції наукових шкіл, а й адаптуватися до нових потреб ринкової економіки, посилювати власні конкурентні позиції в освітньому просторі України та світу. За свою майже 55 літню історію заклад вищої освіти сформував власну корпоративну культуру, що є унікальним елементом системи менеджменту. Корпоративна культура ЗУНУ втілена в цінностях, місії, кодексі, символіці, традиціях, повазі до історії університету. Останні тісно пов'язані з виявленням патріотизму щодо організації. Складовою корпоративної етики є кодекс, у якому пропагуються корпоративні цінності, високі моральні стандарти поведінки членів університетської спільноти, чітко сформульовано норми і заборони, водночас даються поради, як поводитись з врахуванням етичних вимог. Кодекс є офіційним документом, до якого можуть апелювати викладачі та студенти. Важливим компонентом корпоративної культури ЗУНУ є брендингові атрибути, що втілюють корпоративну ідеологію закладу. Корпоративність працівників університету сприяє інтеграції студентства в їх спільноту; водночас активна участь молоді в розвитку корпоративної культури закладає міцне підґрунтя для інновацій в соціокультурний феномен у майбутньому. Забезпечити цей культурологічний складник повинна дисципліна «Корпоративна культура», яка запроваджена в багатьох закладах вищої освіти.

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, 2016. С. 349–351.
2. Воронянська О. Методичний взаємозв'язок профорієнтаційної роботи з корпоративною культурою університету. *Удосконалення навчально-виховного процесу в вищому навчальному закладі* : зб. наук.-метод. праць. Мелітополь, 2016. Вип. 19. С. 111–116.
3. Гнезділова К. Корпоративна культура викладача вищої школи : навч.-метод. посіб. Черкаси, 2013. 124 с.
4. 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.
5. Горбенко Н. Теоретико-методологічні підходи до дослідження корпоративної культури університету. *Грані: науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах*. Дніпро, 2016. Вип. 11 (139). С. 101–107.
6. Етичний кодекс Західноукраїнського національного університету. URL: <https://www.wunu.edu.ua/code-of-ethics.html> (дата звернення 20.12.2020).

7. Кицак Т. Формування корпоративної культури в процесі розвитку соціально-трудових відносин на підприємстві : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. К., 2008. 20 с.
8. Кубко В. Корпоративна культура як об'єднальна основа вищих навчальних закладів. *Вісник Книжкової палати*. 2011. № 11. С. 43–46.
9. Кубко В. Модель формування корпоративної культури сучасного вищого навчального закладу України. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 8. С. 40–43.
10. Корпоративна культура : навч. посіб. / за ред. Г. Хаєта. К., 2003. 403 с.
11. Корпоративна культура університету. URL: <http://kubg.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/korporatyvna-kultura-universytetu/1535-korporatyvna-kultura-universytetu.html> (дата звернення 20.12.2020).
12. Офіційний сайт Західноукраїнського національного економічного університету. URL: <https://www.wunu.edu.ua/> (дата звернення 20.12.2020).
13. Символіка. URL: <https://www.wunu.edu.ua/symbolics/> (дата звернення 20.12.2020).
14. Спивак В. Корпоративная культура. Санкт-Петербург, 2001. 352 с.
15. Стратегія розвитку Західноукраїнського національного університету на 2021–2025 роки. Тернопіль, 2020. 17 с. URL: https://www.wunu.edu.ua/pdf/strategia_zunu_2020.pdf (дата звернення 20.12.2020).
16. Тернопільський національний економічний університет. Історія. Звершення. Особистості. К., 2006. 336 с.
17. Тернопільський національний економічний університет: професіоналізм, престиж, поступ. Львів, 2016. 496 с.
18. Хижняк Л. Корпоративна культура в еволюції вищого навчального закладу. *Матеріали інноваційного семінару «Еволюція освітнього простору»*. 2015. Вип. 1. С. 58–69.
19. Шаполова В. Роль корпоративної культури у підвищенні якості підготовки студентів-менеджерів вищого технічного навчального закладу. *Теорія і практика управління соціальними системами*. 2011. Вип. 4. С. 101–106.
20. Яблонскене Н. Корпоративная культура современного университета. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-sovremennogo-universiteta> (дата звернення 20.12.2020).

References

1. Bilyk N. (2016). Korporatyvna kultura TNEU [TNEU corporate culture]. *Ukraina v umovakh reformuvannia pravovoi systemy: suchasni realii ta mizhnarodnyi dosvid – In Ukraine in the context of reforming the legal system: current realities and international experience : proceedings of the International Scientific and Practical Conference, Ternopil, Ternopil National Economic University : materialy Mizhnarodnoi nauk.-prakt. konf., Ternopil, TNEU, 8–9 kvitnia 2016 r. Ternopil, 349–351* [in Ukrainian].
2. Voronianska O. (2016). Metodychnyi vzaiemozviazok proforiientatsiinoi roboty z korporatyvnoiu kulturoiu universytetu [Methodical relationship of career guidance work with the corporate culture of the university]. *Udoskonalennia navchalno-vykhovnoho protsesu v vyshchomu navchalnomu zakladi – In Improving the educational process in higher education institution: a collection of scientific and methodological works of the Tavriya State Agrotechnological University: zb. nauk.-metod. prats. Melitopol, 19, 111–116* [in Ukrainian].
3. Hnezdilova K. (2013). Korporatyvna kultura vykladacha vyshchoi shkoly : navch.-metod. posib. [Corporate culture of an university teacher : a textbook]. Cherkasy [in Ukrainian].
4. Horbenko N. (2014). Korporatyvna kultura suchasnoho universytetu: pidkhody do vyznachennia sutnosti [Corporate culture of a modern university: approaches to defining the essence]. *Hrani: naukovo-teoretychnyi i hromadsko-politychnyi almanakh – In The bounds: scientific-theoretical and socio-political almanac. Dnipro, 8 (112), 47–52* [in Ukrainian].
5. Horbenko N. (2016). Teoretyko-metodolohichni pidkhody do doslidzhennia korporatyvnoi kultury universytetu [Theoretical and methodological approaches to the study of corporate culture of the university]. *Hrani: naukovo-teoretychnyi i hromadsko-politychnyi almanakh – In The bounds: scientific-theoretical and socio-political almanac. Dnipro, 11 (139), 101–107* [in Ukrainian].

6. Etychnyi kodeks Zakhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu [Code of Ethics of West Ukrainian National University]. Retrieved from <https://www.wunu.edu.ua/code-of-ethics.html> [in Ukrainian].
7. Kytsak T. (2008). Formuvannia korporatyvnoi kultury v protsesi rozvytku sotsialno-trudovykh vidnosyn na pidpriemstvi : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04 [Formation of corporate culture in the process of development of social and labor relations at the enterprise: extended abstract of dissertation of Cand. Sci. : 08.00.04]. K. [in Ukrainian].
8. Kubko V. (2011). Korporatyvna kultura yak obiednalna osnova vyshchyykh navchalnykh zakladiv [Corporate culture as a unifying basis of higher education institutions]. *Visnyk Knyzhkovoї palaty – Bulletin of the Book Chamber*, 11, 43–46 [in Ukrainian].
9. Kubko V. (2014). Model formuvannia korporatyvnoi kultury suchasnoho vyshchoho navchalnoho zakladu Ukrainy [Model of formation of corporate culture of a modern higher educational institution of Ukraine]. *Visnyk Knyzhkovoї palaty – Bulletin of the Book Chamber*, 8, 40–43 [in Ukrainian].
10. Korporatyvna kultura : navch. posib. / za red. H. Khaieta. (2003) [Corporate culture : textbook. Edit. G. Hayeta]. K. [in Ukrainian].
11. Korporatyvna kultura universytetu [Corporate culture of the university]. Retrieved from <http://kubg.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/korporatyvna-kultura-universytetu/1535-korporatyvna-kultura-universytetu.html> [in Ukrainian].
12. Ofitsiyni sait Zakhidnoukrainskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu [Official site of West Ukrainian National University]. Retrieved from <https://www.wunu.edu.ua/> [in Ukrainian].
13. Symvolika [Symbols]. Retrieved from <https://www.wunu.edu.ua/symbolics/> [in Ukrainian].
14. Spyvak V. (2001). Korporatyvnaia kultura [Corporate culture]. Sankt-Peterburg. [in Russian].
15. Stratehiia rozvytku Zakhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu na 2021–2025 roky [Development Strategy of the West Ukrainian National University for 2021–2025] (2020). Ternopil. Retrieved from https://www.wunu.edu.ua/pdf/strategia_zunu_2020.pdf [in Ukrainian].
16. Ternopil'skyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet. Istoriiia. Zvershennia. Osobystosti [Ternopil National Economic University. History. Accomplishment. Personalities] (2006). K. [in Ukrainian].
17. Ternopil'skyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet: profesionalizm, prestyzh, postup [Ternopil National Economic University: professionalism, prestige, progress] (2016). Lviv [in Ukrainian].
18. Khyzhniak L. (2015). Korporatyvna kultura v evoliutsii vyshchoho navchalnoho zakladu [Corporate culture in the evolution of higher education]. *Materialy innovatsiinoho seminaru «Evoliutsiia osvithnoho prostoru» – Materials of the innovative seminar «Evolution of educational space»*, 1, 58–69 [in Ukrainian].
19. Shapolova V. (2011). Rol korporatyvnoi kultury u pidvyshchenni yakosti pidhotovky studentiv-menedzheriv vyshchoho tekhnichnoho navchalnoho zakladu [The role of corporate culture in improving the quality of training of students-managers of higher technical educational institution]. *Teoriia i praktyka upravlinnia sotsialnyimi systemamy – In Theory and practice of social systems management*, 4, 101–106 [in Ukrainian].
20. Iablonskene N. Korporatyvnaia kultura sovremennoho unyversyteta [Corporate culture of a modern university]. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-sovremennogo-universiteta> [in Russian].

Статтю отримано 27 листопада 2020 року
Article received November 27, 2020