

<p>Лариса Ткачук</p> <p>Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини</p> <p>Кафедра педагогіки та освітнього менеджменту</p> <p>orcid: 0000-0003-3337-2540</p> <p>e-mail: larysa.tkachuk.2011@gmail.com</p> <p>phone: +380 679 090 906</p>	<p>Мирослава Ткачук</p> <p>Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини</p> <p>Кафедра педагогіки та освітнього менеджменту</p> <p>orcid:0000-000-6456-6730</p> <p>e-mail: miroslava.tkachuk@gmail.com</p> <p>phone: +380 677 294 398</p>
--	---

ЦІННІСНО-ОРІЄНТОВАНЕ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

***Анотація.** Метою статті є узагальнення теоретико-методологічних основ менеджменту закладу вищої освіти на аксіологічних засадах в сучасних умовах. Охарактеризовано визначення терміну «ціннісно-орієнтоване управління». Висвітлено основні концептуальні положення формування і розвитку ціннісно-орієнтованого управління. Встановлено, що ціннісно-орієнтований напрям менеджменту нині займає центральну позицію щодо інших сучасних видів менеджменту. Він є свого роду філософією організації управлінської діяльності, на підставі якої вибудовується і реалізується управління за його специфічними напрямками. Доведено, що ціннісно-орієнтоване управління сприяє досягненню й збереженню провідних конкурентних позицій закладу вищої освіти.*

***Ключові слова:** ціннісно-орієнтоване управління, менеджмент, заклад вищої освіти, модернізація освіти, демократичний розвиток, аксіологічні засади, цінність організації, філософія управлінської діяльності, конкурентні позиції, успіх.*

1. Постановка проблеми у загальному вигляді

Кардинальні зміни в усіх сферах суспільного життя, історичні виклики XXI століття вимагають критичного осмислення досягнутого у розбудові національної системи освіти, і зосередження зусиль та ресурсів на розв'язанні найбільш гострих проблем, які стримують її розвиток, не дають можливості забезпечити нову якість освіти, адекватну нинішній історичній епосі.

Модернізація і розвиток освіти повинні набути випереджального безперервного характеру, гнучко реагувати на всі процеси, що відбуваються в Україні та світі.

Якісна освіта є необхідною умовою забезпечення сталого демократичного розвитку суспільства [Національна стратегія 2013]. Тому керівникам закладів вищої освіти необхідно реалізовувати інновації не тільки в освітніх процесах, а й у процесах управління закладами, приділяючи максимальну увагу розвитку людського потенціалу, що відповідає тенденціям розвитку сучасного світового менеджменту.

2. Аналіз публікацій і досліджень, в яких започатковане розв'язання цієї проблеми

Проблема цінностей знайшла відображення у сучасних філософських (О. Дробницький, С. Попова, Л. Столович, В. Тугарінов та ін.), соціологічних (А. Здравомислов, В. Оссовський, А. Ручка, В. Ядов та ін.), психологічних (Б. Ананьєв, А. Бодалєв, С. Рубінштейн, П. Якобсон та ін.) дослідженнях.

Теорію цінностей розглядали І. Бех, В. Василенко, І. Зязюн, М. Каган, В. Сластьонін та ін. Методологічні засади формування професійних цінностей і ціннісних орієнтацій розкрили Г. Балл, І. Бех, В. Волкова, С. Гончаренко, Н. Іванцева, І. Козловська, В. Кремень, В. Кушнір, Т. Левченко, В. Радул, М. Рокич та ін.

Значний внесок у формування сучасної парадигми управління, в основі якої лежить ціннісна орієнтація, зробили такі вчені, як М. Бункіна, Д. Вумек, В. Говіндараджан, Д. Джонс, М. Джордж, Н. Кузнецов, Е. Кургін, В. Левінсон, С. Лушин, А. Миронов, С. Нокс, М. Портер, М. Ротер, А. Сливотський, А. Стрікланд, А. Томпсон, Н. Чичкова, Дж. Шанк та ін.

Аналіз наукових досліджень і публікацій в галузі управління, показує, що об'єктивно необхідним вважається перехід до нової ідеології корпоративного стратегічного менеджменту як комплексно-цільової системи управління на основі концепції ціннісного підходу [Заруба 2003:120 – 125].

3. Формулювання цілей статті

Метою статті є узагальнення теоретико-методологічних основ менеджменту закладу вищої освіти на аксіологічних засадах в сучасних умовах

4. Виклад основного матеріалу

Науковці наголошують, що управління в будь-якому історичному періоді буде неефективним за відсутності комплексного ціннісного вибору, встановлення цілей, загального бачення шляхів і механізмів досягнення поставлених завдань. У цьому сенсі система управління повинна бути спрямована на максимізацію цінності організації для соціо-економічної системи. Ця необхідність розуміється і підтримується науковим співтовариством, практикуючими менеджерами. Вона знайшла своє втілення у ціннісно орієнтованому підході до управління, який посів належне місце у теорії та практиці стратегічного управління, сприйнята академічним і бізнес-співтовариством й усе більше поширюється у практиці [Бойко 2009].

Менеджмент, керований цінностями, розпочав своє життя в Україні не так давно, з появою на вітчизняному ринку міжнародних компаній та прогресивних стандартів управління персоналом. О. Грішнова зазначає, що українські компанії, щоб підняти рівень управління і заслужити повагу іноземних партнерів, у своїх документах та на своїх сайтах почали декларувати цінності. Це не вимагало від них значних ресурсів і давало моральне задоволення прозахідним виглядом веб-сторінки та маркетингових документів. Водночас в українських представництвах міжнародних компаній менеджери вивчали їх глибинні організаційні цінності. З часом цінності проникли у маркетингові матеріали, річні звіти, корпоративні брошури. Управління за цінностями стало важливою складовою сучасного наукового менеджменту і в Україні [Грішнова 2011].

Ціннісний підхід нині є ключовим, визначальним у глобальній освіті (global education) [Comparative Education 2007]: у системі менеджменту максимальну увагу приділяють індивідуальним аспектам особистості і їх впливу на професійну поведінку, що відображається у принципах ціннісно-

орієнтованого управління. Через це значно зростає інтерес до такого виду менеджменту.

Останнім часом можна почути, що сучасний університет має принципово відсторонитися від будь-яких цінностей, від усього, що не пов'язано безпосередньо з науковим пізнанням та навчальним процесом. Але сцієнтична парадигма університетського розвитку ніколи насправді не втілювалася у життя. Історичний досвід свідчить, що університети виступали і виступають носіями та зберігачами загальнолюдської моралі, духовних ідеалів, впливають тим самим на своє оточення, змінюючи його на краще [Бакіров 2016]. Вищесказане визначає актуальність розвитку і формування принципів ціннісно орієнтованого управління закладом вищої освіти (ЗВО).

Ціннісно-орієнтоване управління закладом вищої освіти вимагає професіоналізму менеджменту, здатності здійснювати управління на основі ціннісного підходу. Це передбачає виявлення для різних категорій працівників спільних цінностей, які є факторами результативності та створюють переваги або обмеження діяльності закладу освіти. Управління цінностями також включає в себе формування та збереження спільних цінностей, оптимальних для стратегії закладу вищої освіти.

Цінності в житті людини відіграють надзвичайно важливу, можливо ключову роль. Як зазначав В. Франкл, «людину перш за все цікавить не реалізація її «я», а реалізація цінностей та змістовних можливостей, які слід шукати, скоріше, в оточуючому світі, ніж у середині її самої. Людині потрібний той різновид внутрішньої напруги, який підтримує її постійну орієнтацію на реалізацію конкретних цінностей, на реалізацію сенсу її існування» [Франкл].

Цінності – один із універсальних, поряд з ідеалами і нормами, компонентів людського буття. Поняття «цінність», в основному, тлумачиться як оцінка важливості об'єкта для зовнішнього світу та його суб'єктивна оцінка оточенням. Цінностями називають такі визначення об'єктів, які виявляють їхні позитивні або негативні значення для людини, організації або суспільства з позиції їхніх потреб [Философский словарь 1975].

В енциклопедичному словнику цінність визначається «як позитивна або негативна значущість об'єктів зовнішнього світу та є критерієм і способом оцінки цієї значущості, що виражається в етичних принципах, нормах, ідеалах, установках і цілях» [Большой энциклопедический словарь 2000: 12–13].

«Цінністю для людини є все, що має для неї певну значущість, особистісний або суспільний сенс» [Губерський 2011: 344]. Як зазначає В. Кремень: «Світ людини – це світ цінностей, який постійно оновлюється в процесі розвитку... Цінності для буття людини мають основоположний характер. Вони стверджують універсальність людини, тобто її здатність виходити за межі свого одиничного окремого існування як природного, так і соціального... Людина і суспільство не можуть існувати без цінностей» [Кремень 2012: 44].

У дослідженнях В. Заруби, присвячених проблемі концепції цінностей в управлінні соціально-економічними системами встановлено, що в економічній теорії взаємодія між суб'єктами діяльності інтерпретується як процес обміну цінностями, який здійснюється за певними нормами. На засадах концепції цінностей визначаються категорії споживацької, мінової та трудової вартостей різноманітних благ. У теорії особистості вивчається зв'язок між цінностями людини та її поведінкою. У соціальній психології та соціології визнаною є теорія соціального обміну, в якій соціальна взаємодія розглядається як процес обміну цінностями, подібний процесу обміну (купівлі-продажу) товарів.

Нарешті, в загальній теорії систем концепція цінностей знаходить відображення у понятті «ціннісно орієнтована система» [Заруба 2003: 120 – 125].

До факторів, які впливають на зміст цінностей, належать не тільки потреби, які обумовлюються матеріальними умовами існування, але й також виховання, освіта та пропаганда різних ідей. На молодь особливо сильно впливають реклама, засоби масової інформації, масові види мистецтв.

Система цінностей відіграє роль повсякденних орієнтирів у предметній і соціальній дійсності людини. Головне положення концепції цінностей, на

думку В. Заруби, полягає у тому, що діяльність людей, організацій та суспільства має ціннісно-орієнтований характер. Це означає, що кожний суб'єкт діяльності намагається здійснювати її так, щоб максимізувати (у певному сенсі) ціннісний ефект, що отримується. Суб'єкт керує своєю діяльністю у відповідності з своїми уявленнями про цінності, зовнішнє середовище та свої можливості. Ціннісно-орієнтована поведінка передбачає також вибір дій (розробку стратегій, планів, програм), які, з одного боку, можуть бути реалізовані суб'єктом діяльності, а з другого – у найбільшій мірі відповідають його цінностям. Таким чином, ціннісно-орієнтована поведінка спрямована на підвищення цінності дійсності суб'єкта діяльності, тобто на найповніше задоволення його потреб, виконання місії [Заруба 2005: 33–38].

Цінність організації – це сукупність цінностей, які проголошує і впроваджує керівництво та підтримує колектив. Наявність спільних цінностей допомагає людям розуміти один одного, співпрацювати і надавати допомогу і підтримку. Відсутність спільних цінностей (об'єктивна або суб'єктивна) або протиріччя цінностей розділяє людей на протилежні табори, перетворює їх в опонентів, суперників і супротивників. Тому сучасна теорія і практика менеджменту приділяє серйозну увагу питанням управління цінностями.

Кожна зацікавлена сторона має свої системи цінностей, підтримує їх діяльність і розвиток, реалізуючи свої інтереси. Розширення можливостей діалогових відносин між менеджментом і персоналом, вдосконалення зворотного зв'язку дозволяють менеджменту визначати особистісні цінності працівників і пропагувати цінності організації.

У науковому світі немає одностайності щодо визначення природи цінності. Як встановлено О. Радченко, за суб'єктивістського підходу цінності розуміються як виключно чуттєво-оціночний продукт нашої розумової діяльності, поза якою вони не мають жодного сенсу. Об'єктивістський підхід трактує цінність як незалежну від нашого особистого сприйняття реальність, якісну ознаку, певну характеристику різноманітних об'єктів буття. Релятивістський підхід намагається поєднати два попередні, розглядаючи

цінність як діалектичну пару, де цінність є об'єктивною реальністю, що одночасно піддається нашій чуттєво-емоційній оцінці [Радченко 2009].

Гносеологічно всю різноманітність цінностей можна поділити на два типи – предметні та суб'єктні цінності, що виступають двома взаємодоповнюючими протилежностями. До першого типу О. Бандурка відносить «предмети людської діяльності, суспільні відносини та включені до їхнього кола природні явища як об'єкти ціннісного відношення». До другого – «установки й оцінки, імперативи та заборони, цілі та проекти, виражені у формі нормативних уявлень; іншими словами, це способи і критерії, що слугують основою самої процедури оцінювання відповідних об'єктів» [Радченко 2009:11–12].

Важливо розрізняти об'єкт – носій цінності (як предмет – матеріальний, духовний, чуттєвий) та саму цінність (як відповідний симулякр, що позначає значимість цього предмету для людини чи суспільства). Отже, цінність має яскраво виражений символічний характер і, водночас, вона надає об'єкту принципово нові якісні ознаки. Так, розглядаючи феномен цінностей, такі філософи як Г. Маркузе, Т. Адорно (з одного боку) та М. Хайдеггер (з іншого) «майже дослівно співпали у формулюванні висновку щодо своєрідності модусу існування цінностей: буття речей як речей у їх фізичних та інших якостях та буття тих же самих речей в якості цінності – це різні способи буття одних і тих же речей» [Перов 2000: 68].

Отже, можна говорити про логічний ланцюжок (послідовних і таких, що водночас взаємоперетинаються) понять: інстинкт – потреба – інтерес – мотив – ресурс життєдіяльності – цінність. Це переконливо продемонстровано А. Здравомисловим [Здравомыслов 1986]. Дефіцитність ресурсів життєдіяльності обумовлює набуття ними цінності – тим більшої, чим складніше отримати у власне розпорядження такий ресурс: матеріальний (їжа, житло), комунікативний (спілкування, освіта), соціетальний (повага, престиж), духовний (віра, надія, впевненість у майбутньому). У різних суспільствах в різні історичні періоди асиметричність доступу людства до різних ресурсів

визначала як склад основної ресурсної бази споживання та розвитку, так і різний набір найбільш цінних (дефіцитних) потреб та інтересів людини, що й обумовлювало формування різних систем цінностей для різних спільнот («цінності – це інтереси, які відособилися в ході розвитку самої історії») [Здравомыслов 1968: 160]. При цьому слід зауважити, що за різних історичних, географічних умов ієрархію суспільних цінностей складатимуть зовсім різні дефіцитні ресурси життєдіяльності людини.

Найвідомішу класифікацію потреб у формі ієрархічної піраміди презентував А. Маслоу. Згідно з його п'ятиступінчатою класифікацією, людина прагне послідовно задовольнити потреби фізіологічного рівня, власної безпеки, соціального та соціетального характеру та потреби самоактуалізації або саморозвитку [Маслоу 1999].

Система сучасних цінностей складається з п'яти компонентів:

Перший компонент – це група фундаментальних, базових, наближених до загальнолюдських цінностей, які відображають сталі ціннісні орієнтири людства. Це життя, людина, добро, природа, суспільство, щастя, справедливість, свобода, рівність, гуманізм, праця, знання (істина), краса (гармонія) тощо.

Другий компонент – це група національних цінностей (цінностей національної культури): національна ідея, рідна мова, народні свята, традиції й звичаї, фольклор, національні символи та інше.

Третій компонент – це група громадянських цінностей (цінностей демократичного суспільства): демократичні права й обов'язки, толерантність до інакомислячих, релігійна терпимість, повага до культурних і національних традицій інших народів, безперервна освіта, інформаційна культура тощо.

Четвертий компонент – це група сімейних цінностей (цінностей родинного життя): любов, повага, вірність, взаємодопомога, взаємопідтримка, взаємопіклування, гармонія взаємостосунків, довіра, взаємовідповідальність, шанування предків та інші.

П'ятий компонент – це група особистих, персональних цінностей:

повноцінна життєва самореалізація себе як особистості (здатність до продуктивної діяльності, творча активність, життєвий оптимізм, успішність, конкурентоспроможність, всебічна досконалість тощо), освіченість, морально-вольові якості (чесність, доброта, милосердя, принциповість, відповідальність, ощадливість, помірність, дисциплінованість, ініціативність, наполегливість, заповзятливість, працелюбність та ін.), здоров'я (здоровий спосіб життя, відсутність шкідливих звичок, особиста гігієна тощо), дотримання правил етикету (шляхетність, акуратність, зовнішня привабливість, добрий смак тощо) [Вишневецький 2008: 80–82].

Зрозуміло, що усі зазначені цінності тією чи іншою мірою стосуються освіти як важливої складової суспільного буття.

Кожен індивід залежно від особистого архетипу формує власний набір цінностей та потреб, пошук задоволення яких і становить мету його життя.

Значну частину цінностей (як матеріалізованих потреб) формує і контролює суспільство. Суспільство ніколи не зможе контролювати абсолютно всі потреби людини (адже неможливо повністю контролювати потребу в абстрактному мисленні, творчості, цікавості, в тому ж диханні).

Важливим є поділ цінностей на первинні, базові та інструментальні. До первинних належать життєві ресурси як матеріально-фізичні блага. Базовими є невелика частина найбільш цінних та найбільш стійких для цієї спільноти ідеалів, цілей стратегічного суспільного розвитку, що становлять кістяк ціннісної системи суспільства. За цими цінностями, як правило, і називаються відповідні суспільства: комуністичне, ісламське, християнсько-демократичне, ліберально-демократичне, патерналістичне тощо [Гавриленко 2001: 132] (на цьому рівні маємо місток між цінністю та державним режимом).

Нарешті, інструментальними є цінності (правові норми, традиції), що суттєво полегшують отримання первинних матеріальних цінностей.

Класичне визначення «цінностей» і «системи ціннісних орієнтацій» сформулював Мілтон Рокич. Він розробив власну концепцію ціннісних орієнтацій особистості, розуміючи під цінністю стійке переконання в тому, що

певний спосіб поведінки чи кінцева мета існування краще з особистої чи соціальної точок зору, ніж протилежний або зворотний спосіб поведінки, або кінцева мета існування. Система ціннісних орієнтацій – стійка система переконань про бажані методи поведінки або кінцевої мети існування [Rokeach 1973]. На його думку, ціннісна орієнтація так чи інакше впливає на будь-які суспільні явища. При цьому М. Рокич вважає, що людські цінності відносно нечисленні і організовані в системи цінностей, причому всі люди володіють одними і тими ж цінностями, хоча й не однаковою мірою.

На зламі 1960–70-х рр. ХХ ст. М. Рокич провів широкомасштабні польові дослідження за загальнонаціональною американською вибіркою. Всі цінності він поділив на дві групи: термінальні (базові, цінності-цілі – це переконання у тому, що якась кінцева мета індивідуального існування заслуговує на те, щоб до неї прямувати.) та інструментальні (цінності-засоби – це переконання у тому, що певний спосіб дій або характеристика особистості є кращими у будь-якій ситуації). Базові цінності важливі для людини самі по собі, а інструментальні – уособлюють спосіб досягнення цих цілей.

Респондентам було запропоновано ієрархічно ранжувати цінності з двох списків. Потім було здійснено кореляцію отриманих результатів із статтю, віком, статками, освітою та іншими властивостями опитаних [Методика]. На думку Д. Леонт'єва, дослідження М. Рокича були найбільш повним й методично обґрунтованим напрямом дослідження ціннісних уявлень [Леонт'єв 1992].

Цікаву класифікацію цінностей людини запропонував Г. Оллпорт:

1. Теоретичний інтерес до виявлення істини шляхом аргументування та систематичних роздумів.
2. Економічний інтерес до корисності, практичності, накопичення багатства.
3. Естетичний інтерес до краси, форми, гармонії.
4. Соціальний інтерес до людей та любові як відносин між людьми.
5. Політичний інтерес в отриманні влади і впливу на людей.

6. Релігійний інтерес до єднання та розуміння Всесвіту [Олпорт 1998].

Зрозуміло, що ієрархія цих цінностей, як і сила дії кожної з них у різних людей різна. Відповідно й поведінка людей, їх реакція на події й чинники зовнішнього середовища дуже різні. Оскільки велика частина життя людини проходить на роботі, в організації, то перед сучасним менеджментом постає важливе завдання гармонізації цінностей і цілей працівників з планами розвитку організації, зокрема, шляхом активізації тих цінностей, які відповідають цілям забезпечення її стратегічної стійкості.

Використовуючи відкриття К. Юнга і Е. Кассіра [Кассіра 1998] про те, що цінності, які глибоко проникають у підсвідомість, спливають як символи, а не як абстрактні етичні поняття, менеджери західних корпорацій прагнуть культивувати ціннісні установки компанії в картинах і образах. На їхню думку, абстрактно-етичні цінності викликають інтерес лише у філософів-етиків. Але, наголошує О. Грішнова, якщо ці цінності проявляються у вигляді образів, вони відразу ж починають працювати в уяві людей. Це «розкриває центральне поняття», приховане за символами і міфами, за мовною культурою. Ще краще закріплюються цінності, якщо вони підтверджуються щоденною практикою відповідальної поведінки як самої людини, так і інших людей, що оточують її в організації [Грішнова 2011: 112].

У концепції аутокомунікації, яка запропонована Ю. Лотманом [Compulsive technology 1985] і високо цінується у менеджменті розвинутих країн, виділяються два аспекти культури. Перший – технологічний, пов'язаний з інформаційно-масовою комунікацією, і другий – особистісний, який розглядає культуру як частину особистості самого суб'єкта. Образно-особистісний характер культурних цінностей зумовлює «код» у спілкуванні, завдяки якому текст виробничої ситуації сприймається, інструкції перетворюються в особистісно значущі регулятиви. Внаслідок процесу аутокомунікації працівник сприймає виробничу інструкцію до самого себе і відчуває себе учасником, «героєм» інструкції або звіту.

Аутокомунікація у вигляді співвідносності інформації зі своїм власним «Я» дозволяє сприймати стратегію компанії як результат власних дій, власної активності й відповідальності, а успішну роботу фірми – як високу оцінку власних дій. Управління ірраціональним, на думку теоретиків корпоративної культури, не містить у собі нічого таємного. Це «не містика, а лише один із пластів існування цінностей... Цей більш глибинний світ цікавить адміністратора і бізнесмена, як професора філософії або артиста» [Compulsive technology 1985]. Пошук цих образів – пошук творчості [Грішнова 2011: 112].

Особистісно-смісловий рівень цінностей, емоційно забарвлений, образний, не завжди усвідомлюваний, сприяє перетворенню організаційної стратегії фірми у норми життя працівників, у їхні внутрішні мотиви. Універсалізм в аксіологічному підході передбачає визнання універсальних, трансцендентальних цінностей, які свідчать про наявність спільної людської природи, про утвердження загальних для всього людства ціннісно-світоглядних ідеалів і стандартів.

За своїм предметним змістом особистісно-сміслова система цінностей у сучасних передових компаніях включає гордість за продукцію, якість праці і віру в людський потенціал працівників.

5. Висновки

Ціннісно-орієнтований напрям менеджменту, який виник на базі системного підходу, сьогодні займає центральну позицію щодо інших сучасних видів менеджменту, оскільки він є свого роду філософією організації управлінської діяльності, на підставі якої вибудовується і реалізується управління за специфічними напрямками діяльності.

Таким чином, управління корпоративною культурою і цінностями – це постійний процес, щоденна копітка праця. Організація функціонує й розвивається як складний організм, її життєвий потенціал, ефективність функціонування й виживання в конкурентній боротьбі залежать не тільки від стратегій, чіткої організаційної побудови, відповідних систем управління й висококваліфікованих співробітників. Успіх організації визначається ще й

сильною культурою, особливим стилем, які, ґрунтуючись на цінностях, сприяють досягненню й збереженню провідних конкурентних позицій.

Література

Бакіров В. С., 2016, Цінності Каразінського університету: народжені історією, <http://www.univer.kharkov.ua/images/redactor/news/2016-11-25/dopovid-tsinnosti>

Бойко М., 2009, Методологічні основи формування ціннісно орієнтованого управління підприємствами, *Вісник КНТЕУ*, 5, 74–84.

Большой энциклопедический словарь, 2000, гл. ред. А. М. Прохоров, изд. 2-е, перераб и доп., 12–13.

Вишневецький О., 2008, Теоретичні основи сучасної української педагогіки, Навч. посіб., 3-е вид., доопрац. і доп., К.: Знання.

Гавриленко І., 2001. Соціальний розвиток, Навч. посібник для студ. гуманіт. спеціальностей вищих закладів освіти, І. М. Гавриленко, П. В. Мельник, М. П. Недюха, Академія державної податкової служби України, К., Ірпінь.

Гришнова О. А., 2011, Цінності людини й цінності організації в системі соціальної відповідальності, *Чернігівський науковий часопис. Економіка і управління*, 2, 110–117.

Губерський Л. В., 2011, Філософія: Історія, суспільство, освіта, Л. В. Губерський, В. Г. Кремень, В. В. Ільїн, К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет».

Заруба В. Я., 2005, Концепція цінностей в маркетинговому управлінні вищою освітою, В. Я. Заруба, М. В. Артюхіна, *Науковий вісник НГУ*, 4, 33–38.

Заруба В. Я., 2003, Концепция ценностей в управлении социально- экономическими системами, *Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти*, Збірник наукових праць, Харків: НТУ «ХП», 1(5), 120–125.

Здравомыслов А., 1986, Потребности. Интересы. Ценности, М.: Политиздат.

Кассирер Э., 1998, Избранное. Опыт о человеке, пер. Ю. А. Муравьева, М.: Гардарика.

Кремень В., 2012, Філософія людиноцентризму в освітньому просторі. Філософія людини і освіта, К.: «МП Леся».

Леонтьев Д. А., 1992, Методика вивчення ціннісних орієнтацій, М.: СМІСЛ.

Маслоу А. Г., 1999, Мотивация и личность, СПб.: Евразия.

Методика определения ценностных ориентаций М. Рокича, <http://www.hr-portal.ru/tool/metodika-opredeleniya-tsennostnykh-orientatsii-m-rokicha> 2.

Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року, Указ Президента України від 25 червня 2013 року № 344/2013, <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/344/2013/page> [доступ: 15.10.2018].

- Олпорт Г., 1998, Личность в психологии, М.: КСП+; СПб.: Ювента.
- Перов Ю., 2000, Философский поиск В. П. Тугаринова, *Тугариновские чтения*, Материалы научной сессии, СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 1, 62 – 68.
- Радченко О. В., 2009, Ціннісна система суспільства як механізм демократичного державотворення, Монографія, Х.: Вид-во Хар РІ НАДУ «Магістр».
- Философский словарь, 1975, Под ред. М. М. Розенталя, Изд. 3-е, М.: Политиздат.
- Франкл В., Десять тезисов о личности, http://psylib.org.ua/books/_franv02.htm [доступ: 12.03.2018].
- Юнг К. Г., 1997, Душа и миф. Шесть архетипов, Пер. с англ., М.: Совершенство, К.: Port-Royal.
- Comparative Education. The Dialectic of the Global and the Local. Eds. by R. E. Arnone, C. A. Torres. – 3-rd ed. – Rowman and Littlefield Publishers, 2007. 7–8.
- Compulsive technology. Computer as culture / Ed. by Solomonides T.d. 1985.:<http://www.personal.in.ua> [доступ: 23.09.2018].
- Rokeach M., 1973, The Nature of Human Values, New York: The free press.

VALUE-ORIENTED MANAGEMENT IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF HIGHER EDUCATION

Abstract. The purpose of the article is to generalize the theoretical and methodological foundations of higher education institution management in modern conditions on an axiological basis. The definition of the term «value-oriented management» has been described. The main conceptual provisions of formation and development of value-oriented management are highlighted. It has been established that the value-oriented direction of management now occupies a central position with respect to other modern types of management. It is a kind of philosophy in the organization of management activities. On the basis of which management is built and implemented in its specific areas. It has been proved that value-oriented management helps to achieve and maintain the leading competitive positions of higher education institution.

Key words: value-oriented management, management, institution of higher education, modernization of education, democratic development, axiological principles, value of organization, philosophy of management activity, competitive position, success.