

УДК 37.211.34

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/50-40>

**Юлія БУГАЄВСЬКА,**

*orcid.org/0000-0001-9982-8526*

*кандидат педагогічних наук,*

*доцент кафедри українознавства*

*Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*

*(Харків, Україна) bugaevskaylia@ukr.net*

## **ОСНОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У СТУДЕНТІВ ІНЖЕНЕРНОГО ФАХУ**

*У статті визначено, що про сформованість у ЗВО корпоративної культури свідчить наявність у ньому: сукупності сталих переконань, прийнятого кодексу правил поведінки, ритуалів, які поділяють усі студенти і працівники освітнього закладу; стабільності духовного та матеріального життя колективу, досягнень визначених стандартів якості всіх видів роботи; чітко визначеної системи матеріальних і духовних цінностей, специфічних проявів, що відбивають особливості конкретного ЗВО та його імідж.*

*У ній відображені точку зору науковців про те, що корпоративна культура студентської спільноти є субкультурою корпоративної культури факультету та ЗВО у цілому. Тому метою статті є визначення специфіки формування корпоративної культури студентів інженерного фаху та з'ясування питання про те, що являє собою корпоративна культура закладу вищої освіти.*

*Також зазначено, що на успішне формування корпоративної культури закладу вищої освіти впливає: основна мета його створення, яка відображує такі аспекти його діяльності, як стиль поведінки керівництва, авторитет ЗВО у зовнішньому середовищі тощо; ідеологія закладу вищої освіти (система переконань, цінностей, норм, які поділяються та приймаються всіма членами організації); стратегічне бачення перспектив розвитку навчального закладу, яке також стимулює підвищення корпоративної свідомості працівників; регулювання поведінки студентів і педагогічного складу в кризових ситуаціях; порядок прийняття значущих рішень, підвищення статусу закладу освіти.*

*Проаналізовано шляхи дотримання корпоративних правил та забезпечення злагоди між викладачами і студентами, ефективного виконання ними певних соціальних ролей, зростання соціальної згуртованості, тобто підвищення рівня соціального контролю. Доведено очевидність того, що чим ефективніше працює керівництво установи, тим більше можливості попередити, уникнути, відстрочити перехід розвитку її корпоративної культури на стадію занепаду, застарілості основних цінностей та норм.*

**Ключові слова:** корпоративна культура, заклад вищої освіти, студентська спільнота, інженерний фах, педагогічний склад.

**Yuliia BUHAIEVSKA,**

*orcid.org/0000-0001-9982-8526*

*Candidate of Pedagogical Sciences,*

*Associate Professor at the Department of Ukrainian Studies*

*Kharkiv National Automobile and Highway University*

*(Kharkiv, Ukraine) bugaevskaylia@ukr.net*

## **MAIN FEATURES OF CORPORATE CULTURE FORMATION IN ENGINEERING STUDENTS**

*The article determines that the corporate culture formed in university is evidenced by the presence in it: a set of established beliefs, adopted code of conduct rules, rituals, which are shared by all students and employees of the educational institution; stability of spiritual and material life of the collective, the achievement of certain quality standards of all types of work; correctly defined system of material and spiritual values, specific manifestations, reflecting the features of a particular university and its style.*

*It reflects the point of view of scientists that the corporate culture of the student community is a subculture of the corporate culture of the faculty and university as a whole. Therefore, the purpose of the article is to determine the specifics of corporate culture formation of engineering students and to clarify the question of what constitutes the corporate culture of higher education.*

*It is also noted that the successful formation of the corporate culture of an institution of higher education is influenced by: the main purpose of its creation, reflecting such aspects of its activities as the style of leadership, the authority of the university in the external environment, etc.; the ideology of the institution of higher education (system of beliefs, values,*

*standards that are shared and accepted by all members of the organization); strategic vision of the prospects of the educational institution, which stimulates the increase in corporate consciousness of employees; regulation of behavior of students and teachers.*

*Analyzed ways to comply with corporate rules and ensure harmony between teachers and students, the effective performance of certain social roles, the growth of social cohesion, that is, increasing the level of social control. Proved obvious that the more effective the management of the institution, the more opportunities to prevent, avoid, delay the transition of the development of its corporate culture to the stage of decline, outdated basic values and norms.*

**Key words:** *corporate culture, institution of higher education, student community, engineering specialty, pedagogical staff.*

**Постановка проблеми.** Фахівці автомобільно-дорожньої галузі є представниками інженерної справи. Тому сучасна інженерія орієнтується на створення інноваційних зразків техніки й технологій, що зумовлює необхідність підготовки у вищій школі кваліфікованих інженерних кадрів, здатних до активного впровадження передових науково-технічних ідей у практику, забезпечення на цій основі динамічної модернізації сучасного виробництва, формування інженерних команд, спроможних ефективно вирішувати поставлені перед ними завдання.

**Аналіз досліджень.** Узагальнюючи точки зору різних науковців, а саме Г. Лохонові, І. Халітової, Є. Чижикові, можна відзначити, що сформована у вищій школі корпоративна культура має стати певним підґрунтям для подальшого професійного й особистісного розвитку людини в межах певної професійної спільноти. Також у сучасних педагогічних дослідженнях Е. Алісултанової, І. Лесніченко, В. Співака доводиться, що для забезпечення успішності роботи установи керівники мають приділяти значну увагу питанням формування корпоративної культури у своїх працівників. Як відзначають відомі дослідники, зокрема В. Гриньова та В. Лозова, взаємодія студентів у колективі сприяє формуванню в них відповідальності, прагнення до надання взаємодопомоги, набуття досвіду колективної праці на засадах співробітництва.

**Мета статті.** Оскільки проведене нами дослідження пов'язане з формуванням корпоративної культури майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі, існує необхідність уточнити вимоги щодо змісту корпоративної культури студентів саме інженерного фаху.

**Виклад основного матеріалу.** Важливим фактором формування корпоративної культури є визначення шляхів, методів, які забезпечать відносну стабільність та згоду, наведення прикладів каналів і механізмів, завдяки яким керівництво здійснює управлінську діяльність. Правильна організація цього процесу допомагає керівникам краще усвідомити місію установи, свої місце та роль в її діяльності, залучитися до основних колективних норм професійної поведінки й ідеалів, що сприя-

тиме дотриманню ними на практиці визначених загальних норм і правил ділової комунікації, розбудові взаємовідносин зі своїми колегами на засадах взаємоповаги й толерантності, формуванню гордості за належність до цієї установи.

Взагалі, корпоративна культура закладу вищої освіти диктує колективу відповідні норми та правила поведінки. До того ж, зведення цих норм і правил, стандарти взаємовідносин між співробітниками та керівництвом, як правило, задекларовані в ділових кодексах установи (Лоханова, 2010).

Відомо, що з початку створення навчального закладу розвиток його корпоративної культури треба реалізовувати на основі чіткого визначення пріоритетів, формулювання місії ЗВО та основних цілей підготовки фахівців, виокремлення стратегічних шляхів втілення цілей на практиці, згідно з якими будуть вноситися корективи до розвитку корпоративної культури.

Взагалі інженерна діяльність має подвійний характер – прикладний і фундаментальний, що визначає різні підходи до моделей інженерної освіти. Існують також різні колективи, що створюються для виконання певної тимчасової спільної діяльності (заняття в гуртках, секціях, проходження практики тощо) (Лекції з педагогіки вищої школи: навчальний посібник, 2006: 335-336).

Деякі науковці у процесі формування корпоративної культури організації виділяють такі етапи:

- 1) формування рекомендацій щодо вирішення проблемних питань, виявлених під час аналізу внутрішніх організаційних процесів, стилю керівництва та прийняття рішень, аналізу стратегії розвитку;
- 2) визначення способів усунення конфліктів та інших проблем психологічного клімату в колективі;
- 3) безпосереднє формування моделі корпоративної культури, формалізація кожного її елементу, розробка положення про корпоративну культуру конкретного колективу;
- 4) прийняття заданої моделі корпоративної культури та впровадження у практику, її підтримка та подальший розвиток;
- 5) досягнення максимального ефекту від впровадження обраної корпоративної культури як керуючого елементу трудової та позатрудової діяльності.

Під час своєї роботи керівництво закладу вищої освіти має здійснювати цілеспрямований вплив на формування корпоративної культури студентів, для чого можуть застосовуватися різні шляхи. З урахуванням пропозицій різних науковців щодо обрання шляхів формування корпоративної культури організації й, зокрема, ЗВО, було визначено деякі з них.

По-перше, виділення конкретних об'єктів (суб'єктів), які вимагають особливої уваги, оцінювання й контролю керівництва. Чітке визначення керівництвом точок зору на ключові ситуації та їх утримання в центрі своєї уваги дозволяє забезпечити їх вирішення оптимальними способами.

По-друге, розподіл заохочень і нагород. Студентський і педагогічний колективи на власному досвіді мають переконатися, які дії заохочуються, а які підлягають покаранню, яким чином здійснюється зміна статусу людини в колективі. Як правило, ці заходи знаходять своє відбиття у статуті ЗВО.

По-третє, створення зразків для наслідування. Поведінка керівництва зазвичай виступає для членів колективу взірцем для наслідування, що є ефективним засобом прищеплення їм певних цінностей і уявлень.

По-четверте, стратегії розв'язання кризових ситуацій. Такі ситуації можуть стимулювати коригування старих і формування нових норм та цінностей, що відповідатимуть манері поведінки керівництва в такій ситуації. Причому, сила емоційного впливу кризової ситуації в цьому аспекті нерідко може перевищувати значущість накопиченого організацією колективного досвіду, адже сприяє більш стійкому засвоєнню норм і цінностей, проявлених під час кризи, ніж попередніх.

По-п'яте, критерії виключення студентів чи звільнення працівників у вищому навчальному закладі. Зазвичай виключенню підлягають не тільки кандидатури з низьким показником успішності навчання чи професійної діяльності, але й ті, що порушують правила й норми поведінки, встановлені у ЗВО.

Важливу роль у формуванні корпоративної культури навчального закладу відіграє діяльність керівної ланки ЗВО. Однак для здійснення ефективного цілеспрямованого впливу на розвиток корпоративної культури та згуртування всіх членів колективу керівництву необхідно оволодіти та дотримуватися загальних принципів організації цього колективу (Лесніченко, 2004).

Фахівці підкреслюють, що саме стиль роботи керівництва, особиста поведінка представників керівної ланки, ставлення до своїх працівників і студентів безпосередньо й опосередковано здій-

снює вагомий вплив на формування морально-психологічного клімату у колективі. Причому, для забезпечення позитивного впливу керівники всіх управлінських ланок мають проявляти такі якості, як чітка професійна позиція, принциповість, діловитість, чуйність, уважність, ввічливість, тактовність, вимогливість, дотримуватися правил культури спілкування (Співак, 2001).

Отже, студентські спільноти об'єднує наявність у їх членів певних загальних ознак, зумовлених:

1) особливостями фізичного та психологічного розвитку людини старшого юнацького віку (оптимум абсолютної та розпізнавальної чутливості аналізаторів, найбільша пластичність кори головного мозку й висока гнучкість в утворенні складних психомоторних та інших навичок, досягнення інтелектуальної зрілості тощо);

2) інтенсивним професійним та особистісним становленням майбутнього фахівця (прискорений розвиток моральних і естетичних почуттів, становлення характеру, оволодіння комплексом соціальних ролей дорослої людини, прагнення до самоствердження тощо).

Відзначимо, що термін «колектив» у широкому значенні визначається як соціальна організація, що характеризується спільною соціально значущою діяльністю, у вузькому – як група людей, що об'єднані вирішенням певного виду проблем (виробничих, суспільних, політичних тощо) та має загальні цілі й інтереси. Аналогічне визначення пропонується у словнику з педагогіки, де вказується, що колектив – це група об'єднаних загальними цілями та завданнями людей, яка досягла у процесі соціально цінної діяльності високого рівня розвитку. У колективі формується особливий тип міжособистісних відносин, що характеризуються високою згуртованістю як ціннісно-орієнтаційною єдністю, самовизначенням кожного його члена, колективістською ідентифікацією, соціально цінним характером мотивації міжособистісних виборів, високою референтністю членів (Современный словарь по педагогике, 2001: 316).

У цілому погоджуючись із цією точкою зору, вважаємо за доцільне відзначити, що в реальному житті не кожному студентську групу можна назвати колективом. До того ж, студенти закладу вищої освіти зазвичай функціонують як єдиний колектив не впродовж усього навчального дня, а тільки в ситуаціях прояву загального інтересу, коли вимагається ствердити цю спільноту. Отже, більшість часу вони об'єднані в різні невеликі за численністю групи, що формуються за певними інтересами.

Оцінна складова іміджу відображає привабливість закладу в очах цільової аудиторії. Його ідентифікаційна складова допомагає виділити унікальність, впізнати ЗВО на тлі інших освітніх закладів. Ця складова реалізується через наявність у закладу освіти власного фірмового стилю, елементами якого можуть бути: стиль і тип одягу студентів та співробітників закладу, шаблони документів, індивідуалізація їх оформлення за допомогою вибору конкретного шрифту й кольору, логотип і слоган ЗВО, поліграфічна продукція, різноманітні сувеніри, рекламні матеріали, корпоративний сайт, архітектурне середовище приміщення тощо (Халітова, 2009).

Причому, випускник вищого навчального закладу повинен, з одного боку, вміти швидко інтегруватися до робочого колективу тієї організації, куди він прийде працювати, опанувати його загальні цінності та норми, а з іншого – бути спроможним зберегти свою індивідуальну самобутність. Тому студенти сприймають організацію лише як контекст, в якому проявляються вже сформовані уявлення та цінності його колективу. З такої точки зору формування корпоративної культури студентів відбувається стихійно, під впливом сформованих професійно-особистісних культур працівників закладу освіти.

За допомогою щоденної діяльності, фізичного простору та формальних декларацій нові студенти й викладачі засвоюють сенс корпоративної культури організації, до якої вони вступили. Найпомітніші процеси повсякденної діяльності надають роботі навчального закладу більш передбачуваний та організований характер, усуваючи неточності та неясності. Все це сприяє формуванню у працівників уявлення про форми й методи виконання своїх професійних обов'язків, надає зразки для коригування своєї поведінки (Чижикова, 2010).

Науковець Е. Алісултанова вважає, що ефективність інженерної освіти, насамперед, пов'язується з факторами, котрі доцільно структурувати в такі групи:

- системні, що пов'язані із забезпеченням: відповідності сучасної системи професійної підготовки інженерів вимогам, відображеним у дер-

жавних освітніх стандартах; зменшення відриву між розвитком сучасних інноваційних технологій та їх впровадженням у навчально-виховний процес технічного ЗВО; готовності майбутніх фахівців до роботи в нестандартних умовах;

- процесуальні, які зумовлені: зростанням вимог до інтеграційних процесів в системі «освіта – наука – виробництво» при недостатньому рівні методологічного апарату їх використання на практиці; нерозробленістю дидактичної системи інноваційної професійної підготовки майбутніх інженерів, відсутності «оперативності» знань, що не дозволяє приймати оптимальні рішення у складних виробничих ситуаціях;

- технологічні, що пов'язані з необхідністю використання в професійній підготовці студентів інженерних спеціальностей сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій, теоретичного обґрунтування змісту електронних навчальних матеріалів та створення науково-методичного супроводу їх реалізації в освітньому процесі технічного ЗВО;

- якісні, що зумовлені необхідністю розробки концепції забезпечення якості підготовки інженерних кадрів в умовах конкуренції на ринку праці, актуальністю компетентнісного підходу до проблеми оцінювання якості технічної освіти;

- змістово-процесуальні, які пов'язані: з наявністю значних потенційних можливостей загальнотехнічних і спеціальних дисциплін, підвищенням їх ролі як засобу покращення професійної готовності майбутніх інженерів; з необхідністю оптимального вибору мети, змісту, форм організації освітнього процесу; із забезпеченням оптимальних умов для реалізації навчальної та професійної діяльності кожної особистості (Алісултанова, 2012: 14).

**Висновки.** Отже, на підставі вищевикладеного можна підсумувати, що формування корпоративної культури майбутнього фахівця у процесі професійної підготовки у ЗВО відбувається під значним впливом корпоративної культури спільнот, до складу яких він входить, а також корпоративної культури вищого навчального закладу як деякої цілісної автономної організації.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лохонова Г.М. Понятие корпоративной культуры и ее роль в формировании профессионально-личностных качеств специалиста. Молодой ученый. 2010. № 9 (20). С. 261-263.
2. Лекції з педагогіки вищої школи: навчальний посібник. Редактор В.І. Лозова. Харків: «ОВС», 2006. 496 с.
3. Лесниченко И.В. Правовая культура студентов как элемент корпоративной культуры. Краматорск: ДДМА, 2004. 105 с.
4. Спивак В.А. Корпоративная культура. СПб: Питер, 2001. 351 с.
5. Современный словарь по педагогике. Составитель Е.С. Рапацевич. Минск: «Современное слово», 2001. 928 с.

6. Халитова И.С. Формирование корпоративной компетенции студентов технического вуза в процессе внеучебной деятельности: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01. Казань, 2009. 184 с.
7. Чижикова Е.С. Формирование корпоративной культуры студенческого сообщества вуза: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08. Москва, 2010. 230 с.
8. Алисултанова Э.Д. Педагогические условия реализации компетентностного подхода в инженерном образовании: автореф. дис. ... докт. пед. наук: 13.00.08. Махачкала, 2012. 39 с.

#### REFERENCES

1. Lokhonova G.M. Ponyatie korporativnoy kulturyi i ee rol v formirovanii professionalno-lichnostnyih kachestv spetsialista. [The concept of corporate culture and its role in the formation of professional and personal qualities of a specialist]. *Molodoy ucheniy*, 2010, Nr 9 (20), pp. 261-263 [in Russian].
2. Lektsii z pedahohiky vyshchoi shkoly: navchalnyi posibnyk. [Lectures on higher school pedagogy: a textbook]. V.I. Lozova (Ed.). Kharkiv: OVS, 2006, 496 p. [in Ukrainian].
3. Lesnichenko I.V. Pravovaya kultura studentov kak element korporativnoy kulturyi [Legal culture of students as an element of corporate culture]. Kramatorsk: DDMA, 2004, 105 p. [in Russian].
4. Spivak V.A. Korporativnaya kultura [Corporate Culture]. SPb: Peter, 2001, 351 p. [in Russian].
5. Sovremennyiy slovar po pedagogike. [Modern Dictionary of Pedagogy]. E.S. Rapatsevich (Ed.) Minsk: Sovremennoe slovo. 2001, 928 p. [in Russian].
6. Halitova I.S. Formirovanie korporativnoy kompetentsii studentov tehniceskogo vuza v protsesse vneuchebnoy deyatel'nosti. [Formation of corporate competence of technical university students in the process of extracurricular activities]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kazan, 2009, 184 p. [in Russian].
7. Chizhikova E.S. Formirovanie korporativnoy kulturyi studencheskogo soobshchestva vuza. [Forming the corporate culture of the university student community]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Moscow, 2010, 230 p. [in Russian].
8. Alisultanova E.D. Pedagogicheskie usloviya realizatsii kompetentnostnogo podhoda v inzhenernom obrazovanii. [Pedagogical conditions for implementing the competency-based approach in engineering education]. *Doctor's thesis*. Makhachkala, 2012, 39 p. [in Russian].