

**ЗМІСТОВО-ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ТА РЕФЛЕКСИВНО-КОРИГУВАЛЬНИЙ
ЕТАПИ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ**

У статті розглядаються засади технології формування корпоративної культури майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі на змістово-організаційному та рефлексивно-коригувальному етапах. Визначена необхідність її впровадження у роботу вищих технічних навчальних закладів. Проаналізовані сучасні вимоги до підготовки інженерних кадрів.

Ключові слова: технологія, етапи, корпоративна культура, вищий технічний навчальний заклад, майбутній фахівець, автомобільно-дорожня галузь, організація та коригування діяльності студентів.

В статье рассматриваются основы технологии формирования корпоративной культуры будущих специалистов автомобильно-дорожной отрасли на содержательно-организационном и рефлексивно-корректирующем этапах. Определена необходимость ее внедрения в работу высших технических учебных заведений. Проанализированы современные требования к подготовке инженерных кадров.

Ключевые слова: технология, этапы, корпоративная культура, высшее техническое учебное заведение, будущий специалист, автомобильно-дорожная отрасль, организация и корректирование деятельности студентов.

In the article the bases of technology of the corporate culture formation of future specialists of the motor transport and highway industry on the content-organizing and reflexive-adjustment stages is considered. The necessity of her implementation into the work of higher technical educational institutions is grounded. The article analyzes the modern requirements as to training of engineering personnel.

Key words: technology, stages, corporate culture, higher technical educational institutions, future specialists, motor transport and highway industry, organization and correction of students activities.

Постановка проблеми. Технологія формування корпоративної культури майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі має включати такі основні етапи: мотиваційно-установчий, змістово-організаційний; рефлексивно-коригувальний. Другим етапом технології є змістово-організаційний етап, який забезпечує опанування необхідними знаннями (про вимоги, що пред'являються до інженерів цього профілю з боку суспільства, про специфіку обраної професії, фахові обов'язки і функції тощо), групами професійно необхідних умінь (організаційно-вольових, перцептивно-комунікативних, конструктивно-проективних, виконавчо-фахових, оцінно-регулятивних), а також корпоративно-особистісних якостей (інтелектуальної мобільності, відповідальності за свої професійні рішення, самостійності, відданості професії, чесності, порядності, комунікабельності тощо).

Змістовий аспект формування корпоративної культури студентів, перш за все, пов'язаний із добором, структуруванням та коригуванням змісту професійної підготовки у вищому технічному навчальному закладі на основі врахування сучасних динамічних тенденцій розвитку країни і тенденцій глобалізації процесів підготовки інженерних кадрів, а також змісту структурних компонентів корпоративної культури майбутнього фахівця автомобільно-дорожньої галузі.

Третім етапом у технології формування корпоративної культури студентів автомобільно-дорожнього складу має бути рефлексивно-коригувальний етап, який пов'язаний із проведенням всебічного аналізу викладачами і студентами перебігу та поточних результатів оволодіння ними корпоративною культурою.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На основі аналізу наукової літератури встановлено, що вчені досліджували різні аспекти окресленої проблеми: суть і структура корпоративної культури розглядалася у працях Т. Соломанідіної, К. Кравченко, В. Співак та інших; педагогічні умови формування корпоративної культури у майбутніх фахівців різного профілю вивчалися О. Малою, А. Соловійовою, О. Гороховою; значення корпоративної культури для окремої особистості підкреслювалося Е. Шейном, В. Томіловим, І. Грошевим, В. Вороніним та іншими.

Окремими питаннями формування корпоративної культури майбутніх інженерів займалися І. Халітова, О. Волокоганова, Л. Столяренко. Науковці І. Грошев, І. Ємельянов, В. Юр'єв та інші стверджували, що другим етапом технології формування в майбутніх фахівців корпоративної культури має бути змістово-організаційний етап. Врахування висновків фахівців (Є. Глухих, Ю. Кулюткіна, В. Слободчикова, В. Якуніна та інших) дозволило вирізнити рефлексивно-коригувальний етап як третій етап даної технології.

Завдання статті – визначити умови забезпечення викладачами у студентів певних знань, умінь та професійно значущих якостей, які необхідні для оволодіння корпоративною культурою майбутньої професії, а також усвідомлення необхідності самопізнання та самоконтролю. Змістовий аспект і питання рефлексії як необхідної умови оволодіння майбутньою професією в якості етапів технології формування корпоративної культури майбутніх фахівців автомобільно-дорожнього складу раніше не розглядалися у руслі спеціальних досліджень. Тому означена нами проблема є актуальною з точки зору необхідності покращення підготовки майбутніх інженерів під час їх навчання у вищих технічних навчальних закладах.

Виклад основного матеріалу. Для визначення другого етапу технології формування корпоративної культури в процесі проведення пілотажного дослідження відбувалося вивчення стану сформованості у студентів корпоративно необхідних знань, умінь та якостей. Зокрема, як встановлено за даними цього дослідження, в переважній більшості опитаних студентів (майже в 60 %) уявлення про феномен корпоративної культури є неповними й достатньо розрізненими. Так, суть корпоративної культури 28,6 % опитаних студентів звели тільки до сукупності визначених в організації норм і правил поведінки, 22,7 % – до сталих традицій і зовнішньої атрибутики фірми, 19,6 % – до результату роботи організації щодо створення позитивного іміджу на ринку послуг тощо. Причому, тільки 6,4 % учасників пілотажного дослідження більш-менш правильно розкрили зміст корпоративної культури організації.

Важливо також відзначити, що 68,7 % учасників пілотажного дослідження сприймають корпоративну культуру тільки як комплексну характеристику організації, тобто як властивість колективу її працівників, не замислюючись над тим, що абсолютно правомірно можна говорити про корпоративну культуру окремого працівника.

За результатами опитування також з'ясовано, що в переважній більшості студентів (72,3 %) групи вмінь, що входять до складу корпоративної культури особистості, сформовані в недостатній мірі. Як наслідок, майбутні фахівці мають певні труднощі в організації взаємодії з іншими людьми та побудові ділової комунікації з ними, проектуванні колективної роботи для досягнення поставлених цілей з подальшою їх реалізацією на практиці, оцінюванні поточних результатів спільної роботи та, якщо потрібно, внесенні в її перебіг відповідних змін, знаходженні оптимальних варіантів вирішення наявних проблем тощо.

Формування корпоративної культури студентів як майбутніх фахівців автомобільно-дорожнього складу передбачає певні знання та уміння, а також оволодіння ними певними професійно значущими якостями, оскільки тільки в такому випадку вони будуть здатними до кваліфікованого виконання своїх професійних обов'язків, успішної взаємодії з іншими учасниками виробничого процесу.

Як свідчить аналіз наукової літератури, під терміном «професійно значущі якості» науковці розуміють:

- система сталих особистих якостей, що створює можливість успішного виконання професійної діяльності (І. Каук, В. Логінов [1]);
- якості, які покликані забезпечити трудовий старт і високі виробничі показники особистості (Н. Крилова [2]);
- окремі динамічні риси особистості, психічні та психомоторні властивості, що виражаються рівнем розвитку відповідних психічних і психомоторних процесів, а також фізичні якості, що відповідають вимогам до людини певної професійної сфери та сприяють успішному оволодінню даною професією (В. Маришук [3]);
- індивідуальні особливості, що сприяють формуванню в людини позитивного ставлення до професії та до людей, з якими вона працює, прагнення особистісного росту та професійного вдосконалення (Н. Чопова [4]).

Проте дані проведеного пілотажного дослідження засвідчили, що в більшості студентів (58,7 %) слабо розвинені професійно значущі якості, в тому числі й корпоративно-особистісні якості, що входять до складу корпоративної культури.

За результатами пілотажного дослідження, тільки третина студентів більш-менш регулярно займається професійним самовдосконаленням, причому, тільки 1,3 % з них намагається цілеспрямовано підвищувати рівень сформованості власної корпоративної культури. За висновками студентів, викладачі теж не приділяють цьому аспекту гідної уваги, тому питання формування корпоративної культури майбутнього фахівця обговорюються на заняттях дуже рідко.

Як відомо, процес усвідомлення студентом себе як майбутнього фахівця базується на самопізнанні і здійснюється під час самоконтролю, самодіагностики, осмислення труднощів та самооцінки. Саме ці процедури сприяють розвитку здатності студента до самоаналізу.

У світлі цього відзначимо, що пізнавальна діяльність студентів, якою керує викладач, являє собою процес оволодіння ними певними знаннями, вміннями й навичками. Однак роль педагога як керівника процесу формування корпоративної культури майбутніх фахівців не обмежується наданням їм нового матеріалу. Головною метою його діяльності є організація та коригування діяльності студентів щодо усвідомлення ними норм і принципів корпоративної культури, створення сприятливих умов для найбільш раціонального та продуктивного їх опанування. Здійснюючи контроль за цією діяльністю, викладач має забезпечити надання студентам необхідної допомоги, коли в ній виникає потреба.

Але для здійснення повноцінного аналізу й коригування процесу формування корпоративної культури викладачам треба добре усвідомлювати мету вивчення студентами кожного навчального предмета та його місце в їхній професійній підготовці до реальної трудової діяльності. Тому важливою передумовою успішності цього процесу є гідна методична підготовка кожного викладача. Підґрунтям педагогічної майстерності викладача є міцні знання з методики, психології та педагогіки. Крім того, для успішного виконання своєї професійної функції керівника процесу формування у студентів корпоративної культури викладач також повинен вивчати індивідуальні особливості студентів.

Крім того, діяльність педагога з формування корпоративної культури майбутніх фахівців має охоплювати планування пізнавальної діяльності студентів, стимулювання їхньої активності в процесі цієї діяльності, а також здійснення поточного аналізу та контролю за процесом формування корпоративної культури, його регулювання й своєчасне коригування.

Тому рефлексія та самоаналіз (як невід'ємні аспекти прояву пізнавального процесу студента) мають відображати співвідношення його реальних можливостей з ідеальним образом фахівця інженерної спеціальності. Розвинута здатність до саморефлексії та самоаналізу є важливою передумовою професійного самовиховання майбутнього фахівця, в тому числі успішного формування його корпоративної культури.

У науковій літературі також підкреслюється, що під час здійснення професійної підготовки майбутніх фахівців, у тому числі й формування в них корпоративної культури, процесом становлення рефлексивної позиції студента можна та треба цілеспрямовано управляти. Рефлексія на перших етапах свого становлення припускає її цілеспрямовану організацію з боку керівника, що поступово привчає студентів до здійснення самоаналізу своєї пізнавальної діяльності та поточних результатів оволодіння професійно необхідними знаннями, вміннями та навичками, формує в них здатність об'єктивно оцінювати власну діяльність та професійну готовність. І хоч кожному студенту різною мірою властива внутрішня здатність до саморефлексії, важливим завданням керівника є допомогти йому реалізувати цю здатність на практиці.

Є. Ісаєв і В. Слободчиков у своїй праці відзначають, що необхідність усвідомлення людиною самості є першою фазою в становленні її рефлексивної позиції. Тому рефлексія як практика свідомості виявляє себе як різного ступеня і глибини усвідомлення людиною власної суб'єктивності, включаючи в себе самоконтроль, самооцінку, саморегуляцію як елементи самосвідомості [5].

Важливо також зауважити, що науковці виділяють такі ознаки розвинутої рефлексії студента у процесі формування корпоративної культури:

- 1) усвідомлення студентом особливостей процесу формування корпоративної культури, його структури та етапів;
- 2) усвідомлення студентом себе як майбутнього фахівця та суб'єкта процесу формування корпоративної культури;
- 3) прагнення студента до самопізнання, усвідомлення та коригування власних цінностей та норм поведінки, їх порівняння із вимогами певної корпоративної культури;
- 4) здатність до самоспостереження в процесі формування корпоративної культури з метою здійснення самоконтролю та подальшої регуляції власної пізнавальної діяльності.

Висновки. З урахуванням специфіки професійної діяльності фахівців автомобільно-дорожньої галузі, визначеної структури корпоративної культури студентів даного профілю, рекомендацій науковців, зроблено висновок про те, що формування корпоративної культури студентів має комплексно охоплювати весь процес їхньої професійної підготовки, однак найбільш перспективними у цьому плані є профільні навчальні предмети. Тому реалізація технології формування корпоративної культури майбутніх фахівців повинна включати заняття з профільних дисциплін, а також позааудиторну навчально-виховну роботу.

Необхідно, щоб викладачі забезпечували у процесі організації педагогічної взаємодії зі студентами формування в них знань та умінь, які входять до складу корпоративної культури. Ефективність формування корпоративної культури у студентської молоді значною мірою залежить від здійснення систематичного аналізу викладачами й самими студентами перебігу та поточних результатів оволодіння ними корпоративною культурою, що дозволяє внести своєчасні зміни до цього процесу.

Список літератури:

1. Каук И.В. Профессионально-важные качества личности инженера-педагога / И.В. Каук, В.А. Логинов. – Режим доступа : http://users.kpi.kharkov.ua/lre/MicroCAD/sekcija13/Micro_1.htm
2. Крылова Н.Б. Формирование культуры будущего специалиста / Н.Б. Крылова. – М. : Высш. шк., 1990. – 110 с.
3. Марищук В.Л. Психологические основы формирования профессионально важных качеств : авторефер. дис. ... докт. псих. наук / В.Л. Марищук. – Л., 1982. – 31 с.
4. Чопова Н.В. Формирование профессиональных качеств будущего специалиста при обучении инженерной графике в вузе / Н.В. Чопова // Вестник ЦМО МГУ. – 2009. – № 3. – 96 с.
5. Слободчиков В.И. Психология человека. Психология субъективности / В.И. Слободчиков, Е.И. Исаев. – М. : Школа Пресс, 1995. – 383 с.

References:

1. Kauk I.V. Professionalno-vazhnyie kachestva lichnosti inzhenera-pedagoga / I.V. Kauk, V.A. Loginov. – Rezhim dostupu : http://users.kpi.kharkov.ua/lre/MicroCAD/sekcia13/Micro_1.htm [I. Kauk. Professionally-important personal qualities of the engineer teacher / I. Kauk, V. Loginov. – Access mode: http://users.kpi.kharkov.ua/lre/MicroCAD/sekcia13/Micro_1.htm].
2. Krylova N.B. Formirovanie kulturyi buduschego spetsialista. / N.B. Krylova. – M. : Vyssh. shk., 1990. – 110 s. [N. Krylova. Formation of the culture of the specialist to be: / N. Krylova. – M.: Higher school, 1990. – p. 110].
3. Marischuk V.L. Psihologicheskie osnovyi formirovaniya professionalno vazhnyih kachestv : avtorefer. dis. ... dokt. psih. nauk / V.L. Marischuk. – L., 1982. – 31 s. [V. Maryschuk. Psychological fundamentals of professionally-important qualities formation: Author's thesis Doctor of Science in Psychology/V. Maryschuk. – L., 1982. – p. 31].
4. Chopova N.V. Formirovanie professionalnyih kachestv buduschego spetsialista pri obuchenii inzhenernoy grafike v vuze / N.V. Chopova // Vestnik TsMO MGU. – 2009. – # 3. –96 s. [N. Chopova. Formation of professional qualities of the future specialist at teaching engineering graphics in higher school / N. Chopova // Vestnik of TsMO of MSU. – 2009. – № 3. – p. 96].
5. Slobodchikov V.I. Psihologiya cheloveka. Psihologiya sub'ektivnosti / V.I. Slobodchikov, E.I. Isaev. – M. : Shkola Press, 1995. – 383 s. [V. Slobodchikov. Psychology of human. Psychology of subjectiveness / V. Slobodchikov, Ye. Isaev. – M.: Shkola Press, 1995. – p. 383].

