

ПЕДАГОГІЧНА ПІДТРИМКА У РАЗІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ

PEDAGOGICAL FORMING SUPPORT OF THE CORPORATE CULTURE OF STUDENTS IN THE PROCESS OF THE PROFESSIONAL TRAINING

Статтю присвячено питанню важливості розвитку у студентів сталого позитивного емоційно-ціннісного ставлення до обраної професії, а також засобам спонукання студентів до активної участі в освітньому процесі.

У ній відображені деякі аспекти педагогічного експерименту, організованого з метою перевірки висунутого припущення, що успішність формування корпоративної культури майбутніх фахівців у процесі професійної підготовки забезпечується науково обґрунтованою технологією. Цей експеримент відбувався за трьома етапами, головною метою першого з яких (констатувального) було визначення вихідного стану сформованості корпоративної культури у студентів експериментальної та контрольної груп. Зазначено, що на підставі певних критеріїв і показників було виокремлено три рівні корпоративної культури майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі: високий, середній та низький.

Перераховані деякі емпіричні методи, які використовувалися під час проведення експерименту з метою виявлення сформованості уявлень про суть поняття корпоративної культури фахівця. Відзначено, які саме заходи можуть вважатися основними шляхами розвитку у студентів необхідної для успішного формування корпоративної культури мотивації, а також які завдання потрібно вирішувати для діагностування сформованості мотивів студентів щодо оволодіння корпоративною культурою.

Відзначено, що впровадження особистісно-діяльнісного підходу в процес формування вищевказаної культури у студентів автомобільно-дорожнього профілю передбачає залучення їх до різних видів навчальної, квазіпрофесійної та професійної діяльності на основі врахування індивідуальних інтересів і потреб кожної особистості.

Показані результати обробки даних, отриманих за методикою проведення діагностики прояву емоцій студентами обох (експериментальної та контрольної) груп, що дає змогу визначити способи, які допоможуть встановити правильні емоційні контакти та викликати позитивні емоційні реакції під час отримання професійних навичок.

Ключові слова: педагогічний експеримент, вихідний стан сформованості, рівні корпоративної культури, діагностування сформова-

ності мотивів, шляхи розвитку мотивації, методика діагностики прояву емоцій.

The article highlights the importance of developing a stable positive emotional-value attitude towards the chosen profession in students as well as the ways of encouraging students to take an active part in the educational process.

The paper reflects some aspects of the pedagogical experiment organized to verify the hypothesis that success of forming corporate culture of prospective specialists in the process of professional training is ensued due to employing a scientifically based technique. The experiment was carried out in three stages. The main goal of the first stage (ascertaining one) was to determine the initial state of forming corporate culture in students of the experimental and control groups. In the course of the experiment, using certain criteria and indicators, three levels of corporate culture of prospective specialists in the automotive and road building industry – high, medium, low – were singled out.

The empirical methods applied during the experiment to identify the degree of formation of the idea about the essence of the concept "corporate culture of a specialist" are listed. Measures that can be considered the main ways for developing in students the motivation necessary for a successful formation of corporate culture and tasks that need to be addressed to diagnose the degree of formation of students' motives for mastering corporate culture are described.

It is noted, that the introduction of the person-centered activity approach in forming the above-mentioned culture in students studying automotive engineering and road building implies their involvement in various types of educational, quasi-professional and professional activities with regard to the individual interests and needs of each person.

The results of processing the data obtained using the methodology for diagnosing the emotions of students of both (experimental and control) groups are presented, which allows determining the best way for establishing the right emotional contacts and inducing positive emotional responses in acquiring professional skills.

Key words: pedagogical experiment, initial state of forming, levels of corporate culture, diagnose the degree of formation motives, ways for developing the motivation, methodology for diagnosing the emotions.

УДК 37.211.34

DOI <https://doi.org/10.32843/2663-6085-2019-18-1-17>

Бугаєвська Ю.В.,

канд. пед. наук,
доцент кафедри українознавства
Харківського національного
автомобільно-дорожнього університету

Як підкреслюється у науковій літературі, визначення й реалізація різних способів впливу на розвиток в особистості мотивації може успішно відбуватися тільки на основі постійного вивчення її стану. Зокрема, О.А. Грішнова [2] вивчала взаємозв'язок цінностей людини й цінностей організації у корпоративній системі. М.В. Іонцева [5] та Т.Г. Кицак [3] розглядали основні напрями формування корпоративної культури на підприємствах та соціально-психологічні основи її

формування у ЗВО. Т.А. Ільїна [4] вважає мотив внутрішнім спонуканням до діяльності, що задовольняє об'єктивні потреби та інтереси людини. Але методи та заходи, які дають змогу виявляти рівень сформованості уявлень про суть поняття корпоративної культури майбутнього фахівця, окремо виділені не були.

Тому **метою** цієї статті є доведення необхідності здійснення педагогічної підтримки та роз'яснювально-інформаційної роботи у процесі

формування корпоративної культури майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі. **Завданням** є перелік певних емоційно насичених виховних заходів, що проводилися в експериментальній групі студентів, для покращення рівня сформованості корпоративної культури.

Так, високий рівень сформованості корпоративної культури студентів проявлявся в тому, що вони демонстрували стійкий характер сформованості мотивів щодо оволодіння корпоративною культурою, стали здатні до формулювання оптимальних цілей у процесі оволодіння корпоративною культурою; позитивні, стали, яскраво виражені емоції в оволодінні майбутньою професією та позитивне ціннісне ставлення до обраної професії, її ідеалів і фахових вимог. У них діагностувалися повні, глибокі й дієві корпоративні знання та професійно необхідні групи умінь (організаційно-вольові, перцептивно-комунікативні, конструктивно-проективні, оцінно-регулятивні й виконавчо-фахові). Майбутні фахівці практично в усіх ситуаціях проявляли визначені корпоративно-особистісні якості (інтелектуальну мобільність, відповідальність за свої професійні рішення, самостійність, відданість професії, чесність, порядність, комунікабельність тощо). Вони також мали адекватну самооцінку готовності працювати в команді над вирішенням поставлених професійних завдань.

Про середній рівень сформованості корпоративної культури студентів автомобільно-дорожніх спеціальностей говорилося в тому разі, коли характер сформованості їхніх мотивів щодо оволодіння корпоративною культурою мав ситуативний характер. Здебільшого вони були спроможні проявляти здатність до формулювання оптимальних цілей у процесі оволодіння корпоративною культурою. У них здебільшого спостерігались позитивні, але нестійкі емоції в оволодінні майбутньою професією, індиферентне ціннісне ставлення до обраного фаху, його ідеалів та вимог, однак їхні корпоративні знання характеризувалися недостатньою повнотою, системністю й дієвістю. Сформованість у майбутніх фахівців визначених груп умінь відповідала середньому рівню. Визначені корпоративно-особистісні якості проявлялися студентами час від часу, причому здебільшого вони демонстрували адекватну самооцінку готовності працювати в команді над вирішенням поставлених професійних завдань.

Низький рівень сформованості корпоративної культури майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі характеризувався тим, що студенти майже не виявляли мотивів щодо оволодіння корпоративною культурою, практично не проявляли здатності до формулювання оптимальних цілей у процесі оволодіння корпоративною культурою, демонстрували негативне ціннісне ставлення до обраної професії, її ідеалів та фахових вимог і

переважно негативні емоції в оволодінні майбутньою професією. Їхні корпоративні знання не мали ознак повноти, глибини й дієвості. У студентів практично не були розвинені визначені групи умінь та корпоративно-особистісні якості, а самооцінка готовності працювати в команді над вирішенням поставлених професійних завдань була завищеною чи заниженою.

У процесі проведення експерименту використовувалися такі емпіричні методи дослідження:

– бесіди, спостереження, анкетування з метою визначення характеру сформованості мотивів у студентів щодо оволодіння корпоративною культурою, рівня усвідомлення ними її ролі та значущості в життєдіяльності організації в цілому та її окремого працівника;

– анкетування, тестування, бесіди, вивчення письмових робіт і усних відповідей студентів з метою виявлення розуміння ними специфіки змісту цієї культури для інженерів автомобільно-дорожньої галузі, а також про вимоги, що висувуються до їхньої професійної готовності на сучасному етапі розвитку суспільства;

3) спостереження, бесіди з метою вивчення стану емоцій студентів під час оволодіння майбутньою професією, а також самооцінювання студентами цих емоцій;

4) бесіди, анкетування, вивчення текстів контрольних і творчих робіт студентів, експертне оцінювання з метою виявлення ціннісного ставлення майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі до обраної професії, її ідеалів та фахових вимог;

5) анкетування, тестування, розв'язання професійних проблемних ситуацій, спостереження, експертне оцінювання й самооцінювання з метою визначення здатності майбутніх фахівців до формулювання оптимальних цілей у процесі оволодіння корпоративною культурою, рівня сформованості в них визначених груп умінь та корпоративно-особистісних якостей.

На констатувальному етапі експерименту вирішувалися такі завдання:

– продіагностувати характер сформованості мотивів студентів щодо оволодіння корпоративною культурою на момент початку експерименту;

– проаналізувати їхню здатність до формулювання оптимальних цілей у процесі оволодіння корпоративною культурою;

– визначити вихідний стан ціннісного ставлення майбутніх фахівців до обраної професії, її ідеалів та фахових вимог;

– дослідити у студентів стан домінуючих емоцій в оволодінні майбутньою професією на початку експериментальної роботи;

– продіагностувати у майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі первинний рівень сформованості корпоративних знань, визначених груп умінь та корпоративно-особистісних якостей;

– визначити на початку експерименту ступінь адекватності самооцінки у студентів готовності працювати в команді над вирішенням поставлених професійних завдань.

З цією метою застосовувались такі методи, як спостереження, анкетування, бесіди, методика «Мотивація навчання у ВНЗ» Т. Ільїної [4, с. 358–360], методика «Шляхи мотивації діяльності студентів» [4, с. 355–358], а також модифікована методика М. Іонцевої [5, с. 425–428] для діагностики стану мотивації студентів стосовно оволодіння корпоративною культурою.

Як було уточнено пізніше в індивідуальних бесідах зі студентами, на молодших курсах ці сумніви поглиблювалися через недостатню роботу викладачів і кураторів із надання допомоги в адаптації їх до принципово нових для них умов навчання. Крім цього, важливо відзначити, що на молодших курсах викладаються в основному фундаментальні дисципліни, які закладають теоретичну основу для оволодіння майбутніми фахівцями спеціальними дисциплінами, але безпосередньо не пов'язані з їхньою майбутньою професійною діяльністю, що теж не сприяло зростанню мотивації студентів у обраному напрямі.

Як свідчить аналіз отриманих даних, на початку експерименту спостерігалася така картина: на отримання знань було спрямовано 27,8% студентів експериментальної групи та 28,2% студентів контрольної групи, на оволодіння професією – 36,0% студентів експериментальної групи та 35,5% студентів контрольної групи, а решта студентів (тобто 36,2% експериментальної групи та 36,3% контрольної групи) – на формальне отримання диплома. Отже, отримані за цією методикою результати дали змогу констатувати у студентів обох груп незадовільний рівень розвиненості мотивації щодо оволодіння корпоративною культурою.

На констатувальному етапі експерименту діагностувався також характер прояву емоцій студентів під час оволодіння майбутньою професією. Для цього застосовувались такі методи, як спостереження, бесіди, самооцінювання студентами цих емоцій, а також методики «Діагностування типу емоційної реакції на вплив стимулів оточуючого середовища» В. Бойка [6, с. 184–192] та «Діагностика визначення «перешкод» в установленні емоційних контактів» В. Бойка [1, с. 153–157].

Зокрема, за даними, отриманими за допомогою використання методик В. Бойка, визначено, що здебільшого емоції не заважають спілкуватися з оточуючими людьми 7,4% студентів експериментальної групи та 7,7% студентів контрольної групи. Певні проблеми у повсякденному спілкуванні мають 17,6% студентів експериментальної групи та 17,4% студентів контрольної групи. Емоції деякою мірою ускладнюють комунікативні контакти з іншими людьми в 31,9% студентів ек-

спериментальної групи та 32,1% контрольної групи. А у решти студентів (43,1% студентів експериментальної групи та 42,8% контрольної групи), за результатами проведеної діагностики, емоції явно заважали встановлювати контакти з оточуючими.

Наприклад, під час реалізації одного зі шляхів розвитку у студентів необхідної для успішного формування корпоративної культури мотивації було вжито низку різноманітних заходів, які передбачали проведення широкої роз'яснювально-інформаційної роботи серед студентів стосовно суті та призначення їхньої майбутньої професії, розкриття основних функцій і фахових обов'язків інженера автомобільно-дорожнього складу, висвітлення вимог до його професійної підготовки. До цієї роботи були залучені викладачі різних навчальних дисциплін, куратори груп, керівники гуртків та інших позааудиторних утворень.

У світлі цього в експериментальній групі багато часу відводилося на проведення лекцій, семінарів, бесід, «круглих столів», «мозкових штурмів» на відповідну тематику («Роль інженерії в науково-технічному розвитку українського суспільства», «Сучасні вимоги до підготовки інженерних кадрів», «Тенденції розвитку автомобільно-дорожньої галузі», «Основні професійні цінності сучасного інженера», «Як забезпечити ефективний розвиток вітчизняної автомобільної промисловості?» тощо), в яких значна увага приділялась розкриттю ролі та місця професійної діяльності фахівців автомобільно-дорожнього складу в суспільстві, визначенню її соціального значення.

Своєю чергою це сприяло розумінню студентами значущості ролі автомобільної промисловості в економічному розвитку країни, покращення шляхів дорожнього сполучення як необхідної передумови успішності розвитку інших сфер життєдіяльності суспільства, а, як наслідок, кращому усвідомленню власного призначення як фахівця та важливості оволодіння корпоративною культурою у процесі професійного самовдосконалення. Тоді як майже чверть студентів обох груп визнали, що вони не впевнені у правильності свого професійного вибору, а значить, і в тому, що після закінчення технічного ЗВО будуть працювати за спеціальністю.

Педагогічна підтримка у процесі формування корпоративної культури студентів надавалася їм і під час проходження виробничої практики. Адже в цей період значно загострювалися ті труднощі, які з'являлись у студентів під час оволодіння ними корпоративною культурою.

Ураховуючи важливість розвитку у студентів сталого позитивного емоційно-ціннісного ставлення до обраної професії, значне місце під час проведення експерименту в навчально-виховному процесі ЗВО займало також проведення емоційно насичених виховних заходів, зокрема професій-

них свят, конкурсів фахової майстерності, Днів факультету, екскурсій на виробництво, зустрічей з висококваліфікованими фахівцями автомобільно-дорожньої галузі.

Такі екскурсії та зустрічі з професіоналами в автомобільній галузі допомагали сформувати у студентів адекватні уявлення про обрану професію та сучасні вимоги до професійної підготовки інженера для цієї галузі, краще усвідомити свою місію в активному реформуванні вітчизняної автомобільної промисловості та забезпеченні конкурентоспроможності її продукції на світовому ринку. Аналогічні екскурсії проводились і в організаціях, які займаються спорудженням нових транспортних шляхів та їх ремонтом. Там студенти мали можливість ознайомитися з практичною роботою цих фахівців.

Опрацювання отриманих результатів дало змогу зробити **висновок** про те, що на початку експерименту студенти експериментальної та контрольної груп здебільшого не відрізнялися гідним рівнем розвиненості мотивації щодо оволодіння корпоративною культурою.

Перспективою цього дослідження вважаємо удосконалення методів спонукання студентів до участі в освітньому процесі як активних суб'єктів професійного становлення, розробки для кожного

майбутнього фахівця та втілення на практиці індивідуальної траєкторії в оволодінні корпоративною культурою.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бойко Я.А. Самоосвіта як складник наукової компетентності майбутніх учителів. *Гуманізація навчально-виховного процесу* : зб. наук. праць. Слов'янськ : вид. центр СДПУ, 2007. Вип. XXXVIII. С. 21–25.
2. Грішнова О.А. Взаємозв'язок цінностей людини і цінностей організації в корпоративній системі. *Формування ринкової економіки* : зб. наук. праць. Спец. вип.: *Соціально-трудова відносина: теорія і практика*. Київ : КНЕУ, 2010. Т. 1. 549 с.
3. Кицак Т.Г. Основні напрями формування корпоративної культури на підприємстві. *Формування ринкової економіки* : зб. наук. праць. Спец. вип.: *Управління людськими ресурсами: проблеми теорії та практики*. Київ : КНЕУ, 2007. Т. 2. Ч. I. С. 327–336.
4. Ильина Т.А. Педагогика: курс лекций : учебное пособие для студентов педагогических вузов. Москва : Просвещение, 1984. 496 с.
5. Ионцева М.В. Социально-психологические основы формирования корпоративной культуры вуза : дис. ... докт. психол. наук : 19.00.05. Москва, 2006. 428 с.
6. Райгородский Д.Я. Практическая психодиагностика. Методики и тексты : учебное пособие. Самара : изд. дом «БАХРАХ – М», 2002. 672 с.