

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ДРАГОМАНОВА

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

НЕКРАСОВ АНДРІЙ ЄВГЕНОВИЧ

УДК 378:005.35+159.923

ДИСЕРТАЦІЯ
**ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ СТАНОВЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ
КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ**

053 Психологія

05 Соціальні та поведінкові науки

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії у галузі
психології

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ **А. Є. Некрасов**

Науковий керівник: доктор психологічних наук, професор, завідувач
кафедри політичної психології та міжнародних відносин Андрущенко Т.В.

Київ-2023

АНОТАЦІЯ

Некрасов А.Є. Психологічні чинники становлення корпоративної культури майбутніх фахівців. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня вищої освіти доктора філософії за спеціальністю 053 «Психологія». – Український державний університет імені М.П. Драгоманова, Київ, 2023.

Дисертація присвячена теоретико-експериментальному дослідженню психологічних чинників становлення корпоративної культури майбутніх фахівців.

Проведено теоретико-методологічний аналіз наукових джерел в галузях педагогіки, соціології, філософії, економіки щодо вивчення корпоративної культури майбутніх фахівців. У теоретичному дослідженні використано методологію системного підходу з метою вивчення процесу розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців, визначенно та систематизовано психологічні чинників становлення корпоративної культури у майбутніх фахівців, обґрунтовано методи розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців.

Корпоративна культура фахівця розглядається як особистісне утворення, що характеризує ступінь включеності в культурний досвід, інтеріоризації норм, цінностей, моделей поведінки, прийнятих у певній організації. Окрім того, виступає внутрішнім регулятором організаційної поведінки та визначає здатність узгоджувати власні цінності та цілі з організаційними і включає аксіологічно-мотиваційний, гносеологічно-смісловий, діяльнісно-вчинковий, індивідуально-особистісний компоненти.

Розкрито структуру та основні компоненти корпоративної культури у майбутніх фахівців вищих освітніх закладів, а саме: аксіологічно-мотиваційний (комплекс взаємопов'язаних цінностей, ціннісно-цільових орієнтацій, що зумовлюють їх зацікавленість, позитивне ставлення до корпоративної культури, майбутньої професійної діяльності та самореалізації у цій сфері потреб, інтересів та мотивів); гносеологічно-смісловий (система

знань: загальних професійних і специфічних знань про діяльність в економічній сфері, знань про корпоративну культуру, її мету, місію, принципи, правила, норми, у змісті якої сконцентровані ключові корпоративні цінності, що визначають характер і мотиви навчально-професійної діяльності в умовах корпоративної культури); діяльнісно-вчинковий (система вмінь і навичок корпоративного спілкування й діяльності, необхідних для вирішення навчально-професійних завдань майбутніх фахівців економічного профілю, а також становлення системи корпоративних цінностей); індивідуально-особистісний компонент (сукупність індивідуально-типологічних особливостей, зокрема інтелектуальних, моральних, вольових, соціальних і інших рис особистості, що визначають високий рівень вольової саморегуляції та своєрідність процесу становлення корпоративної культури кожної особистості).

Визначено, що 1) корпоративна культура виступає внутрішнім регулятором організаційної поведінки та визначає здатність узгоджувати власні цінності та цілі з організаційними і включає аксіологічно-мотиваційний, гносеологічно-смісловий, діяльнісно-вчинковий, індивідуально-особистісний компоненти 2) методологічні та методичні підходи до вивчення чинників становлення корпоративної культури майбутніх фахівців; 3) особливості корпоративної культури університетів, а саме їх диференційованість за змістом (поєднання підприємницької, педагогічної та академічної культури) та багат шаровість соціальної структури (субкультура адміністрації, яка визначає стиль управління, стратегічні цілі діяльності ЗВО; субкультура професорсько-викладацького складу, що впроваджує професійні знання та цінності; потужна та масова культура студентської спільноти).

Дістали подальшого розвитку наукові підходи до засобів та технологій становлення корпоративної культури у майбутніх фахівців. Поглиблено уявлення щодо змістовного наповнення поняття корпоративної культури майбутніх фахівців і критеріїв її сформованості.

Виокремлено психологічні чинники становлення корпоративної культури у майбутніх фахівців, а саме: мотиваційно-ціннісні (тип, структура, місія, цілі, загальні правила і традиції, історія становлення й розвитку, якість внутрішніх комунікацій, тип управління ЗВО, на основі яких формується система цінностей та мотивів КК майбутніх фахівців); пізнавально-сміслові (привабливість корпоративної культури, сила та рівень корпоративної культури, що зумовлюють становлення системи ключових компетентностей, спеціально структурований комплекс здібностей, якостей, що складають зміст освітнього стандарту ЗВО та надають можливість ефективного розвитку КК особистості майбутнього фахівця); діяльнісно-вчинкові (корпоративна атмосфера ЗВО, психологічна атмосфера групи, готовність до корпоративного спілкування й діяльності); емоційно-вольові (самоконтроль, самостійність, активність, саморегуляція емоцій).

Визначено основні критерії функціонування показників складових корпоративної культури у студентів, що визначають рівень її вираженості, до яких належить рівень корпоративної культури; привабливість корпоративної культури; психологічна атмосфера; мотивація корпоративної поведінки, індивідуальна система цінностей.

Розроблено формувальну програму становлення майбутніх фахівців як носіїв корпоративної культури, яка складалася з чотирьох взаємопов'язаних блоків: інформаційного, мотивувального, формувального та контрольного. Кожен блок включає систему занять з проведенням дискусій, рольових ігор, психогімнастичних вправ, розв'язання проблемних ситуацій.

Розроблено програму психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців» із застосуванням психологічних форм і методів роботи (міні-лекція, психогімнастичні вправи, дискусія, рольові та ділові ігри, мозковий штурм, метод проектів), що ґрунтується на принципах системного підходу (різноплановості; багатомірності; багаторівневості; ієрархічності; системної детермінованості; розвитку).

Аналіз отриманих результатів до та після формувального експерименту в експериментальній та контрольній групах підтвердив ефективність психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців». За результатами формувального експерименту відстежено динаміку розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців і розроблено психолого-педагогічні рекомендації з інноваційного розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців.

Розроблено психолого-педагогічні рекомендації з інноваційного розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців для науково-педагогічних працівників ЗВО та практичних психологів. Отримані результати можуть бути використані у: процесі розробки та апробації програми з розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців закладів вищої освіти з різним рівнем вираження корпоративної культури відповідно до курсу навчання і напряму професійної підготовки; можливості використання методичного інструментарію з метою вивчення особливостей функціонування чинників розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців; а також, матеріали дослідження можуть бути застосовані науково-педагогічними працівниками вищих освітніх закладів під час викладання таких навчальних дисциплін: «Організаційна психологія», «Корпоративна культура», «Соціальна психологія», «Основи практичної психології».

Ключові слова: корпоративна культура, структура корпоративної культури, цінності корпоративної культури, мотивація корпоративної поведінки, корпоративна атмосфера, психологічна атмосфера, психологічні чинники становлення корпоративної культури, мотиваційно-ціннісні чинники, пізнавально-сміслові чинники, діяльнісно-вчинкові чинники.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті в наукових фахових виданнях України

1. Андрій Некрасов. Методологічні та методичні підходи до вивчення чинників становлення корпоративної культури майбутніх фахівців. /Електронний журнал “Перспективи та інновації науки (Серія «Психологія», Серія «Педагогіка», Серія «Медицина»)» № 10(15) (2022): С.520-534.

2. Андрій Некрасов, Геннадій Ставицький. Тренінгова модель розвитку складових «корпоративної культури» майбутнього керівника. / Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 12. Психологічні науки: зб. наук. праць / за наук. редакцією І. С. Булах. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2020. Вип. 11 (56). 132 с. С. 76-86.

3. Некрасов А. Є. Чинники становлення корпоративної культури майбутніх фахівців.// Габітус. Психологія праці. Випуск 40. 2022. С. 166-171.
<http://habitus.od.ua/journals/2022/40-2022/27.pdf>
 DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2022.40.27>

Статті у зарубіжних фахових періодичних виданнях та збірниках, включених до міжнародних наукометричних баз

4. Nekrasov, A. (2022). Experimental study of the main psychological factors in the development of corporate culture of future specialists. *Global Prosperity*, 2(3), 8–20. Retrieved from <http://gprosperity.org/index.php/journal/article/view/77>

Праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

5. Некрасов Андрій Євгенійович, Ставицька Світлана Олексіївна. Психологічні рекомендації з інноваційного розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців у закладі вищої освіти. Розвиток професійної культури майбутніх фахівців: виклики, досвід, стратегії, перспективи. (24-25 листопада

2022 р.)/ІПОО імені Івана Зязюна НАПН України. Київ: Наукова столиця, 2022. 205 с. С. 61-62.

6. Некрасов А.Є. Організаційні аспекти психологічного тренінгу. Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція «Сучасні трансформації сервісної економіки: туризм, рекреація та комерційні послуги» 29-30 вересня 2022 року. м. Мукачево.

7. Некрасов А.Є. Рекомендації з інноваційного розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців. ІV Міжнародна наукова конференція: технології, інструменти та стратегії реалізації наукових досліджень. Суми.07.10.2022.

8. Некрасов А. Є., Ставицький Г. А. Теоретичний аналіз особливостей розвитку корпоративної культури у закладах вищої освіти.//Внутрішній світ особистості: збірник матеріалів X Ювілейної міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 200-річчю Ніжинської вищої школи (5–6 листопада 2020 р., м. Ніжин) / за ред. М. В. Папучі. Ніжин: НДУ імені М. Гоголя, 2020. 195 с. С. 134-137.

9. Некрасов А.Є. Корпоративна культура як основа професійної підготовки майбутніх фахівців. Інтеграція освіти, науки та бізнесу в сучасному середовищі: літні диспути: тези доп. ІІ Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 17-18 серпня 2020 р. Дніпро, 2020. 562 с. С.349-35.

SUMMARY

Nekrasov A.E. Psychological factors of formation of corporate culture of future specialists. - On the rights of the manuscript.

Dissertation for obtaining the scientific degree of Doctor of Philosophy in specialty 053 "Psychology". – Ukrainian State University named after M.P. Drahomanova, Kyiv, 2023.

The dissertation is devoted to the theoretical-experimental study of psychological factors in the formation of the corporate culture of future specialists.

A theoretical-methodological analysis of scientific sources in the fields of pedagogy, sociology, philosophy, economics regarding the study of the corporate culture of future specialists was carried out. In the theoretical research, the methodology of the system approach was used to study the process of development of corporate culture among future specialists, the psychological factors of the formation of corporate culture among future specialists were determined and systematized, and the methods of corporate culture development of future specialists were substantiated.

The corporate culture of a specialist is considered as a personal formation that characterizes the degree of inclusion in cultural experience, internalization of norms, values, models of behavior adopted in a certain organization. In addition, it acts as an internal regulator of organizational behavior and determines the ability to align one's own values and goals with organizational ones and includes axiological-motivational, epistemological-semantic, activity-behavioral, individual-personal components.

The structure and main components of corporate culture among future specialists of higher educational institutions are revealed, namely: axiological-motivational (a complex of interconnected values, value-goal orientations that determine their interest, positive attitude towards corporate culture, future professional activity and self-realization in this sphere of needs, interests and motives); epistemological-semantic (system of knowledge: general professional

and specific knowledge about activities in the economic sphere, knowledge about corporate culture, its purpose, mission, principles, rules, norms, in the content of which are concentrated key corporate values that determine the nature and motives of educational and professional activities in the conditions of corporate culture); activity-behavioral (a system of skills and abilities of corporate communication and activity, necessary for solving the educational and professional tasks of future specialists in the economic profile, as well as the formation of a system of corporate values); individual-personal component (a set of individual-typological features of intellectual, volitional, moral, social and other personality traits that determine a high level of volitional self-regulation and the uniqueness of the process of forming a corporate culture of each individual).

It was determined that 1) corporate culture acts as an internal regulator of organizational behavior and determines the ability to align one's own values and goals with organizational ones and includes axiological-motivational, epistemological-meaningful, activity-behavioral, individual-personal components 2) methodological and methodical approaches to the study of formation factors corporate culture of future specialists; 3) the peculiarities of the corporate culture of universities, namely their differentiation in terms of content (a combination of entrepreneurial, pedagogical and academic culture) and the multi-layered social structure (subculture of the administration, which determines the style of management, strategic goals of higher education institutions; subculture of the teaching staff, which introduces professional knowledge and values; powerful and mass culture of the student community).

Scientific approaches to the means and technologies of the formation of corporate culture among future specialists have received further development. The understanding of the content of the concept of corporate culture of future specialists and the criteria for its formation has been deepened.

The psychological factors of the formation of corporate culture among future specialists are singled out, namely: motivational and value factors (type, structure, mission, goals, general rules and traditions, history of formation and development,

quality of internal communications, type of management of higher education institutions, on the basis of which a system of values and motivations of CC of future specialists); cognitive-semantic (attractiveness of corporate culture, strength and level of corporate culture, which determine the formation of a system of key competencies, a specially structured set of abilities, qualities that make up the content of the educational standard of higher education and provide the opportunity for effective development of the CC of the personality of the future specialist); activity-behavioral (corporate atmosphere of the ZVO, psychological atmosphere of the group, readiness for corporate communication and activity); emotional and volitional (self-control, independence, activity, self-regulation of emotions).

The main criteria for the functioning of indicators of the components of corporate culture among students, which determine the level of its expression, to which the level of corporate culture belongs, have been determined; attractiveness of corporate culture; psychological atmosphere; motivation of corporate behavior, individual value system.

A formative program for the formation of future specialists as bearers of corporate culture was developed, which consisted of four interrelated blocks: informational, motivational, formative and control. Each block includes a system of classes with discussions, role-playing games, psycho-gymnastic exercises, solving problem situations.

A program of psychological training "Development of corporate culture of future specialists» was developed using psychological forms and methods of work (mini-lecture, psycho-gymnastic exercises, discussion, role-playing and business games, brainstorming, project method), which is based on the principles of a systemic approach (variety, multidimensionality) ; multilevel; hierarchical; systemic determinism; development).

The analysis of the results obtained before and after the formative experiment in the experimental and control groups confirmed the effectiveness of the psychological training "Development of corporate culture of future specialists". Based on the results of the formative experiment, the dynamics of the development

of the corporate culture of future specialists were monitored and psychological and pedagogical recommendations for the innovative development of the corporate culture of future specialists were developed.

Psychological-pedagogical recommendations for innovative development of corporate culture of future specialists have been developed for scientific-pedagogical workers of higher education institutions and practical psychologists. The obtained results can be used in: the process of development and approval of the program for the development of corporate culture among future specialists of higher education institutions with different levels of expression of corporate culture in accordance with the course of study and the direction of professional training; the possibility of using methodical tools in order to study the peculiarities of the functioning of the factors of the development of corporate culture among future specialists; and also, the research materials can be applied by scientific and pedagogical workers of higher educational institutions during the teaching of the following educational disciplines: "Organizational Psychology", "Corporate Culture", "Social Psychology", "Fundamentals of Practical Psychology".

Key words: corporate culture, structure of corporate culture, values of corporate culture, motivation of corporate behavior, corporate atmosphere, psychological atmosphere, psychological factors of formation of corporate culture, motivational and value factors, cognitive and semantic factors, activity and action factors.

LIST OF PUBLISHED PAPERS ON THE TOPIC OF THE DISSERTATION

Articles in scientific professional publications of Ukraine:

1. Andriy Nekrasov. Methodological and methodical approaches to the study of the factors of formation of the corporate culture of future specialists. /Electronic magazine "Perspectives and innovations of science (Series "Psychology", Series "Pedagogy", Series "Medicine")" No. 10(15) (2022): P.520-534.

2. Andriy Nekrasov, Genadiy Stavvytskyi. A training model for the development of the components of the "corporate culture" of the future manager. / Scientific journal of M.P. Drahomanov NPU. Series 12. Psychological sciences: coll. of science works / for sciences edited by I. S. Bulak. Kyiv: Publishing House of M.P. Drahomanov National University of Applied Sciences, 2020. Issue 11 (56). 132 p. P. 76-86.

3. A. E. Nekrasov. Factors of formation of corporate culture of future specialists.// Habitus. Psychology of work. Issue 40. 2022. P. 166-171. <http://habitus.from.ua/journals/2022/40-2022/27.pdf>
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2022.40.27>

Articles in foreign professional periodicals and collections included in

international scientometric databases:

4. Nekrasov, A. (2022). Experimental study of the main psychological factors in the development of corporate culture of future specialists. *Global Prosperity*, 2(3), 8–20. Retrieved from <http://gprosperity.org/index.php/journal/article/view/77>

Papers certifying the approbation of the dissertation materials

5. Nekrasov Andriy Evgeniyovych, Stavytska Svitlana Oleksiivna. Psychological recommendations for the innovative development of corporate culture of future specialists in a higher education institution. Development of professional culture of future specialists: challenges, experience, strategies, prospects. (November 24-25, 2022)/IPEO named after Ivan Zyazyun of the National Academy of Sciences of Ukraine. Kyiv: Scientific Capital, 2022. 205 p. P. 61-62.

6. Nekrasov A.E. Organizational aspects of psychological training. All-Ukrainian scientific and practical Internet conference "Modern transformations of the service economy: tourism, recreation and commercial services" on September 29-30, 2022. Mukachevo.

7. Nekrasov A.E. Recommendations for innovative development of corporate culture of future specialists. IU International scientific conference: technologies, tools and strategies for the implementation of scientific research. Sumy. 07.10.2022.

8. Nekrasov A.E., Stavytskyi G.A. Theoretical analysis of the peculiarities of the development of corporate culture in institutions of higher education.//The inner world of the individual: a collection of materials of the 10th Jubilee International Scientific and Practical Conference dedicated to the 200th anniversary of the Nizhyn Higher School (5– November 6, 2020, Nizhyn) / edited by M. V. Papuchi. Nizhin: NSU named after M. Gogol, 2020. 195 p. P. 134-137.

9. Nekrasov A.E. Corporate culture as the basis of professional training of future specialists. Integration of education, science and business in the modern environment: summer debates: theses add. II International Scientific and Practical Internet Conference, August 17-18, 2020. Dnipro, 2020. 562 p. P.349-35.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	2
СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ	6
SUMMARY.....	8
LIST OF PUBLISHED PAPERS ON THE TOPIC OF THE DISSERTATION..	12
ЗМІСТ	14
ВСТУП.....	16
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНОВЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ.....30	
1. 1. Поняття корпоративної культури в контексті міждисциплінарних досліджень.....	27
1. 2. Теоретичне обґрунтування психологічної структури корпоративної культури майбутніх фахівців.....	59
1. 3. Чинники становлення корпоративної культури майбутніх фахівців.....	73
Висновки до першого розділу.....	79
Список використаних джерел у розділі 1.....	82
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ СТАНОВЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ..... 94	
2. 1. Методологічний підхід, принципи, методи та методика вивчення чинників становлення корпоративної культури майбутніх фахівців	94
2.2. Результати емпіричного дослідження компонентів психологічної структури корпоративної культури майбутніх фахівців	115
2.3. Психологічні чинники становлення корпоративної культури майбутніх фахівців.....	137
Висновки до другого розділу	151
Список використаних джерел у розділі 2	154

РОЗДІЛ 3. ПРОГРАМА З РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ	159
3.1. Мета, завдання та програма формувального експерименту щодо становлення майбутніх фахівців як носіїв корпоративної культури	159
3.2. Змістові та організаційні аспекти психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців»	174
3. 3. Динаміка розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців за результатами формувального експерименту	182
Висновки до третього розділу	197
Список використаних джерел у розділі 3	199
ВИСНОВКИ	203
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	207
ДОДАТКИ	226
Додаток А.1	226
Додаток А.2	227
Додаток А. 3	228
Додаток Б.....	229
Додаток В.1.....	252
Додаток В.2.....	252
Додаток В.3.....	253
Додаток В.4.....	254

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У зв'язку з швидкими темпами розвитку євроінтеграційних процесів та входження України в європейський науково-освітній простір виникла потреба у фахівцях, які завдяки своїм якостям, мотивам, цінностям, можуть успішно реалізовувати свої професійні обов'язки, приймати на засадах відповідальності, раціональності правильні рішення, здійснювати відповідні таким рішенням чіткі дії. Від реалізації означеної потреби, а також впровадження якісних змін у різні сфери функціонування закладів вищої освіти залежатиме майбутнє нашої країни. Налагодження навчально-виховного процесу у закладах вищої освіти, оптимізація професійної мобільності та підвищення конкурентоспроможності майбутніх фахівців на ринку праці потребують створення нових підходів і визначення критеріїв, відповідних якості та ефективності підготовки фахівців.

Застосування системного підходу в дослідженнях проблем розвитку корпоративної культури закладу освіти та процесу становлення майбутнього фахівця дозволить врахувати різні аспекти розвитку особистості студента як носія такої культури. Втручання в процес становлення корпоративної культури у майбутніх фахівців потребує вивчення психологічних чинників, які впливають на її становлення, що дозволить розробити, апробувати та впровадити в діяльність закладів вищої освіти обґрунтовані програми психологічного характеру, створені з метою розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців.

Основні проблеми корпоративної культури висвітлені у різноаспектних наукових доробках зарубіжних та вітчизняних дослідників, зокрема у працях Л. Аксеновської, Л. Карамушки, Дж. Кейтон, Є. Нестеренко, О. Стеклової, Е. Шейна та ін. детально надано визначення організаційної культури та охарактеризовані основні її компоненти. Такі вчені як Т. Діл, І. Оучі, Т. Пітерс та Г. Хофстед запропонували типологію організаційної культури, а

науковцями О. Бусигін, К. Камерон, Р. Куїнн та А. Чанько визначено специфіку діагностики організаційної культури.

Особливості формування корпоративної культури розглядалися у працях відомих зарубіжних і вітчизняних вчених, а саме: М. Ахмедової, Ю. Бугаєвської, А. Воронкової, К. Голда, Л. Кошевої, О. Медведєвої, Г. Моргана, О. Разумової, А. Соловйової, Х. Шварца, Е. Шейна та інших. У працях Г. Васяновича, Г. Канюка, О. Квасника, В. Ковальської, Н. Ничкало, В. Олійника, І. Соколова, В. Сухомлинського, К. Ушинського, В. Ягупова відображені психологічні аспекти та особливості розвитку й становлення особистості.

Дотепер актуальними у психологічній науці і практиці є різнопланові питання щодо виявлення особливостей організаційної культури в освітніх закладах, що вивчали такі сучасні дослідники, як: Л. Карамушка, Т. Ткач, О. Філь. Зокрема, Л. Захарова та Т. Кирилова розглядали організаційну культуру вищого освітнього закладу як необхідну складову іміджу вищого освітнього закладу, а В. Бочелюк, А. Кайбіяйнен та Г. Мальцева – як чинник, що здійснює вплив на професійне становлення майбутнього фахівця.

Психологію, структуру організаційної культури, загалом та в умовах закладу вищої освіти й психологічні детермінанти її розвитку розглядали у своїх працях такі українські вчені як (Карамушка Л. М., Креденцер, Сняданко І. І. О. В., Терещенко К. В. та ін.), зокрема, щодо набору методик для вивчення особливостей і детермінант розвитку організаційної культури освітніх організацій (Л. М. Карамушка); проблематики інноваційності психологічної підготовки персоналу освітніх організацій щодо розвитку організаційної культури за умов соціальної напруженості (О. В. Креденцер); детермінант психологічної підготовки студентів стосовно майбутньої професійно-управлінської діяльності (І. І. Сняданко),

Організаційну культуру як чинник вибору особистістю майбутнього місця роботи досліджувала М. В. Станіславська, особистісний потенціал

корпоративної культури - М. Й. Дмитренко, трансформацію організаційної культури підприємств в умовах модернізації - Н. С. Ринкевич.

Корпоративну культуру викладача вищої школи вивчала Гнезділова К. М., корпоративну культуру як засіб активації інноваційної діяльності освітніх установ - І. В. Ващенко, зокрема освітнє середовище закладу вищої освіти як чинник формування корпоративної культури студентської молоді та вплив куратора академічної групи на зростання корпоративної культури студентів - К. А. Бровко та Т. М. Волковницька, організаційну культуру вищого навчального закладу як чинник становлення професійної ідентичності студентів О. В. Іщук, феномен корпоративної культури особистості в контексті освітологічних знань та моделювання процесу формування корпоративної культури студентів вищих навчальних закладів - Бровко К., соціокультурні та психолого-педагогічні аспекти формування організаційної культури студентської молоді - Завацька Н. Є. Мітічкіна О. О., засобів і рівнів формування корпоративної культури студентів вищих технічних навчальних закладів (Кошева Л. В.).

Проаналізувавши наукові погляди вчених, вважаємо необхідним зазначити, що вони досліджували різні особливості організаційної культури вищого освітнього закладу та визначили організаційну культуру у майбутніх фахівців як її значущу складову. Проте, питання виявлення психологічних чинників становлення корпоративної культури у майбутніх фахівців залишилося поза увагою вчених. Відповідно, актуальність обраної проблеми, а також її недостатнє теоретичне висвітлення та емпіричне вивчення зумовили вибір теми дисертаційного дослідження «Психологічні чинники становлення корпоративної культури у майбутніх фахівців».

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тема дисертаційного дослідження входила до плану наукових робіт кафедри загальної і соціальної психології та психотерапії Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова за напрямком «Зміст, форми та методи фахової підготовки студентів до діяльності у сфері

загальної та соціальної психології». Тема дисертації затверджена Вченою радою Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова (протокол № 7 від 28 лютого 2019 року), узгоджена Міжвідомчою Радою з координації наукових досліджень з педагогічних і психологічних наук в Україні (протокол № 2 від 27 березня 2019 року) та уточнена Вченою радою Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова (протокол № 10 від 29 квітня 2021 року).

Об'єкт дослідження – корпоративна культура у майбутніх фахівців.

Предмет дослідження – психологічні чинники становлення корпоративної культури у майбутніх фахівців вищих освітніх закладів.

Мета дослідження – теоретично обґрунтувати та емпірично дослідити психологічну структуру корпоративної культури у майбутніх фахівців, визначити психологічні чинники її становлення, розробити та апробувати програму з розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців.

Для досягнення мети було висунуто такі **завдання дослідження**:

1. Здійснити теоретичний аналіз досліджуваної проблеми й обґрунтувати психологічну структуру корпоративної культури майбутніх фахівців.
2. Емпірично дослідити психологічну структуру корпоративної культури та виявити психологічні чинники її становлення у майбутніх фахівців.
3. Розробити програму з розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців закладів вищої освіти та перевірити її ефективність.
4. Сформулювати психолого-педагогічні рекомендації з інноваційного розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців.

Теоретико-методологічну основу дослідження склали: наукові концепції до тлумачення основних феноменів дослідження, таких як «культура» (В. Андрущенко, Л. Губерський, І. Тюрменко та ін.), концепції розвитку психіки та особистості в процесі діяльності (Л. Виготський,

Г. Костюк, С. Максименко, С. Рубінштейн); принципи системного підходу у психології (Б. Ананьєв, В. Казмиренко, Б. Ломов, Г. Щедровицький); наукові підходи до становлення організаційної культури (Л. М. Карамушка С. Ліпатов, Л. Почебут, В. Снетков); освітній менеджмент та психологічні засади управління змінами в освітніх закладах (Н. Алюшина, О. Винославська, В. Івкін, Л. Карамушка, О. В. Креденцер, Т. Малкова, О. Сафін, В. Семиченко, В. Сідак), положення та принципи активного соціально-психологічного навчання (В. Бочелюк, Н. Завацька, Т. Ткач, Т. Яценко).

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань було використано комплекс методів дослідження, вибір яких залежав від змісту проблеми та етапу дослідження:

- *теоретичні* – аналіз наукових джерел для уточнення змісту поняття «корпоративна культура», узагальнення та систематизація досліджень – з метою опрацювання опрацювання і інтерпретації теоретичних джерел з досліджуваної проблеми, теоретичне моделювання – узагальнення теоретико-методологічних засад становлення корпоративної культури у майбутніх фахівців і визначення концептуальних основ вивчення психологічних чинників її розвитку;

- *емпіричні* – психологічний експеримент (констатувальний, формувальний), спостереження, психологічне тестування, бесіда;

Для проведення констатувального та контрольного експерименту було використано комплекс психодіагностичних методик, які застосовувалися з метою вивчення чинників та особливостей корпоративної культури у майбутніх фахівців та рівня її прояву: методика «Інструмент оцінки організаційної культури» К. Камерона, Р. Куїнна; «Оцінка рівня організаційної культури» (І.Д. Ладанов); «Оцінка привабливості корпоративної культури» В. Снетков; визначення психологічного клімату в організації» А. Крилов, С. Манічева; тест оцінки психологічного клімату у колективі А. Фідлер; для оцінки рівня психологічного розвитку групи тест

«Пульсар» Л. Г. Почебут; методика «Оцінка мотивації корпоративної поведінки»; експрес-діагностики соціальних цінностей особистості В. Козлов, Г. Мануйлов, Н. Фетіскін, що сприяє виявленню особистих, професійних та соціально-психологічних орієнтацій і переваг; опитувальник «Дослідження вольової саморегуляції» (А. Зверьков, Е. Ейдман), метою якого є виявлення здатності особистості свідомо керувати своїм станом, вчинками і прагненнями, контролювати свої реакції у різних ситуаціях.

методи математичної обробки даних – для опрацювання отриманих в ході дослідження даних та встановлення кількісних залежностей між досліджуваними явищами застосовувався коефіцієнт рангової кореляції Спірмена (для проведення кореляційних зв'язків отриманих показників дослідження психологічних чинників розвитку корпоративної культури), U-критерій Манна-Уїтні (для оцінки відмінностей між двома незалежними вибірками за рівнем будь-якої ознаки), t-критерій Вілкоксона (для оцінки різниці між двома умовами з використанням даних експерименту з повторними вимірами), ранговий критерій Крускала-Уоліса (визначення динаміки оцінки сили корпоративної культури у майбутніх фахівців, які навчаються на різних курсах). Статистична обробка даних і графічна презентація результатів здійснювалася за допомогою пакета статистичних програм SPSS (версія 10.0).

Організація і база дослідження. Дослідження проводилося на базі Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана; Київського національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, ВСП «Вінницький фаховий коледж економіки та підприємництва» Західноукраїнського національного університету. Кількість респондентів складала 207 майбутніх фахівців економічного профілю різного року навчання (I-Vкурсів).

На формувальному етапі дослідження, спрямованому на розвиток корпоративної культури у майбутніх фахівців, із досліджуваних було сформовано експериментальну та контрольну групи.

Надійність і вірогідність результатів забезпечувалися використанням методів, адекватних меті й завданням дослідження; репрезентативністю вибірки; аналізом отриманих результатів; використанням методів математичної статистики.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що:

вперше: 1) розкрито структуру та основні компоненти корпоративної культури у майбутніх фахівців вищих освітніх закладів, а саме: аксіологічно-мотиваційний (комплекс взаємопов'язаних цінностей, ціннісно-цільових орієнтацій, що зумовлюють їх зацікавленість, позитивне ставлення до корпоративної культури, майбутньої професійної діяльності та самореалізації у цій сфері потреб, інтересів та мотивів); гносеологічно-смісловий (система знань: загальних професійних і специфічних знань про діяльність в економічній сфері, знань про корпоративну культуру, її мету, місію, принципи, правила, норми, у змісті якої сконцентровані ключові корпоративні цінності, що визначають характер і мотиви навчально-професійної діяльності в умовах корпоративної культури); діяльнісно-вчинковий (система вмінь і навичок корпоративного спілкування й діяльності, необхідних для вирішення навчально-професійних завдань майбутніх фахівців економічного профілю, а також становлення системи корпоративних цінностей); індивідуально-особистісний компоненти (сукупність індивідуально-типологічних особливостей інтелектуальних, моральних, волевих, соціальних та інших рис особистості, які визначають високий рівень волевої саморегуляції та своєрідність процесу становлення корпоративної культури кожної особистості); 2) виокремлено психологічні чинники становлення корпоративної культури у майбутніх фахівців, а саме: мотиваційно-ціннісні (тип, структура, місія, цілі, загальні правила і традиції, історія становлення й розвитку, якість внутрішніх комунікацій, тип управління ЗВО, на основі яких формується система цінностей та мотивів КК майбутніх фахівців); пізнавально-сміслові (привабливість корпоративної культури, сила та рівень корпоративної культури, що зумовлюють

становлення системи ключових компетентностей, спеціально структурований комплекс здібностей, якостей, що складають зміст освітнього стандарту ЗВО та надають можливість ефективного розвитку КК особистості майбутнього фахівця); діяльнісно-вчинкові (корпоративна атмосфера ЗВО, психологічна атмосфера групи, готовність до корпоративного спілкування й діяльності); емоційно-вольові (самоконтроль, самостійність, активність, саморегуляція емоцій); 3) *визначено основні критерії* функціонування показників складових корпоративної культури у студентів, що визначають рівень її вираженості, до яких належить рівень корпоративної культури; привабливість корпоративної культури; психологічна атмосфера; мотивація корпоративної поведінки, індивідуальна система цінностей; 4) *розроблено формувальну програму* становлення майбутніх фахівців як носіїв корпоративної культури, яка складалася з чотирьох взаємопов'язаних блоків: інформаційного блоку, мотивувального блоку, формувального та контрольного блоків. Кожен із блоків включає систему занять з проведенням рольових ігор, дискусій, психогімнастичних вправ, розв'язання проблемних ситуацій; 5) *розроблено програму психологічного тренінгу* «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців» із застосуванням психологічних форм і методів роботи (міні-лекція, психогімнастичні вправи, дискусія, рольові та ділові ігри, мозковий штурм, метод проектів), що ґрунтується на принципах системного підходу (різноплановості; багатомірності; багаторівневості; ієрархічності; системної детермінованості; розвитку);

уточнено: 1) поняття корпоративної культури фахівця. У змісті дисертації корпоративна культура фахівця розглядається як особистісне утворення, що характеризує ступінь включеності в культурний досвід, інтеріоризації норм, цінностей, моделей поведінки, прийнятих у певній організації. Крім того, виступає внутрішнім регулятором організаційної поведінки та визначає здатність узгоджувати власні цінності та цілі з організаційними і включає аксіологічно-мотиваційний, гносеологічно-смысловий, діяльнісно-вчинковий, індивідуально-особистісний компоненти;

2) методологічні та методичні підходи до вивчення чинників становлення корпоративної культури майбутніх фахівців; 3) особливості корпоративної культури університетів, а саме їх диференційованість за змістом (сполучення підприємницької, педагогічної та академічної культури) та багат шаровість соціальної структури (субкультура адміністрації, яка визначає стиль управління, стратегічні цілі діяльності ЗВО; субкультура професорсько-викладацького складу, що впроваджує професійні знання та цінності; потужна та масова культура студентської спільноти);

дістали подальшого розвитку наукові підходи до засобів та технологій становлення корпоративної культури у майбутніх фахівців;

поглиблено уявлення щодо змістовного наповнення поняття корпоративної культури майбутніх фахівців і критеріїв її сформованості.

Теоретичне значення дослідження полягає: у використанні методології системного підходу з метою вивчення процесу розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців; визначенні та систематизації психологічних чинників становлення корпоративної культури у майбутніх фахівців; обґрунтування методів розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців.

Практичне значення отриманих результатів. Результати дисертаційного дослідження можуть бути використані у: процесі розробки та апробації програми з розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців вищих освітніх закладів з різним рівнем вираження корпоративної культури відповідно до курсу навчання і напряму професійної підготовки; можливості використання методичного інструментарію з метою вивчення особливостей функціонування чинників розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців; а також, матеріали дослідження можуть бути застосовані науково-педагогічними працівниками вищих освітніх закладів під час викладання таких навчальних дисциплін: «Організаційна психологія», «Корпоративна культура», «Соціальна психологія», «Основи практичної психології».

Впровадження результатів дослідження. Результати дисертаційного дослідження впроваджено впроваджено в роботу Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана (довідка № 040932); ВСП «Вінницький фаховий коледж економіки та підприємництва» Західноукраїнського національного університету (довідка № 071 від 22 травня 2023р.).

Особистий внесок здобувача. Розроблені наукові положення та отримані емпіричні дані є самостійним внеском автором у розробку проблеми становлення корпоративної культури у майбутніх фахівців як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи. У 1 статті доробок здобувача становить 50%. Розробки та ідеї, що належать співавтору, у дисертаційному дослідженні не застосовуються.

Апробація результатів дисертації. Основні теоретичні та практичні положення дисертаційного дослідження було представлено на науково-практичних конференціях різного рівня, зокрема в рамках щорічної звітної наукової конференції студентів, аспірантів та докторантів «Освіта і наука» (м. Київ, Україна, квітень 2018-2021pp); III та IV науково-практичної конференції з міжнародною участю «Методи і технології загальної і соціальної психології та психотерапії в умовах сучасного суспільства» (м. Київ, Україна, 10-11 травня 2018 р. та 21-22 травня 2020 р.); II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Інтеграція освіти, науки та бізнесу в сучасному середовищі: літні диспути». (м. Дніпро, Україна, 17-18 серпня 2020 р.); X Ювілейної міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 200-річчю Ніжинської вищої школи «Внутрішній світ особистості» (м. Ніжин, Україна, 5-6 листопада 2020 р.); IV міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Технології, інструменти та стратегії реалізації наукових досліджень» (м. Суми, Україна 07 жовтня, 2022 р.); Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Сучасні трансформації сервісної економіки: туризм, рекреація та комерційні послуги» (м. Мукачеве, Україна 29-30 вересня 2022 р.); науково-практичної конференції «Розвиток професійної

культури майбутніх фахівців: виклики, досвід, стратегії, перспективи. (Київ, Україна 24-25 листопада 2022 р.).

Публікації. Основний зміст дисертаційного дослідження викладено у 8 наукових публікаціях автора, зокрема 4 – у фахових виданнях з психології, 4 – у збірниках матеріалів конференцій та інших виданнях.

Структура та обсяг дисертації. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, висновків, списку використаних джерел, який налічує 278 (33 – іноземними мовами) найменувань та 14 додатків. Основний зміст дисертації викладено на 154 сторінках комп'ютерного набору. Робота містить 36 рисунків та 5 таблиці. Загальний обсяг роботи 279 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНОВЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

У цьому розділі дисертаційної роботи за результатами теоретичного аналізу міждисциплінарних досліджень конкретизоване поняття корпоративної культури; теоретично обґрунтовано психологічну структуру та психологічні чинники становлення корпоративної культури майбутніх фахівців.

1. 1. Поняття корпоративної культури в контексті міждисциплінарних досліджень

З метою теоретичного обґрунтування психологічного змісту поняття корпоративної культури майбутніх фахівців вважаємо за необхідне акцентувати увагу на розумінні сутності культури – родової категорії для термінів «корпоративна культура» та «культура майбутнього фахівця». Поняття «культура» (лат. *cultura*) з'явилося в римській античності для означення цілеспрямованого впливу людини на природу, зокрема результатів землеробства (агрокультура); пізніше його значення поширилося на стан людини та суспільства – як виховання наставником, освіченість, тобто «культивування людини», на протиположність дикості й відсталості [2]. Протягом століть термін використовувався для означення специфіки людського буття, опанування природи за допомогою знань й умінь. В найширшому значенні, культура – це все, що створюється людиною, на відміну від того, що створюється природою: наука, освіта, технології, література й мистецтва, релігія, етика, мораль, право, політика, економіка, загальний уклад життя та світогляд [93].

Впродовж ХХ століття західні та вітчизняні автори плідно створювали різноманітні концепції культури, навколо яких формувалися наукові школи: культурний детермінізм Р. Бенедікт [101], модель надорганічних патернів

А. Кребера [150, 15145;], концепція архетипів колективного несвідомого К.-Г. Юнга [97], культурно-історична психологія Л. С. Виготського [61], структурний функціоналізм Т. Парсонса [161]; теорія соціокультурної динаміки П. А. Сорокіна [73], символічно-інтерпретативна антропологія К. Гірца [14] та багато інших. Віталосся різноманіття поглядів на культуру, відкриття нових закономірностей її функціонування.

Слід зазначити, що поняття «культура» є широко вживаним у гуманітарних науках: антропології, соціології, філософії, мистецтвознавстві, етнографії, лінгвістиці та ін., при цьому різні галузі трактували її дещо відмінно, залежно від площини розгляду. трактували культуру як: систему традицій, що успадковується соціально. Зокрема, вважалося, що культура включає також вищі чинники – загальні принципи відбору та впорядкування, на підставі яких будуються патерни поведінки, а власне поведінка індивіда розглядалася не як індивідуальний прояв, а як вираження загальних патернів, що існують, розвиваються та структуруються в культурному просторі [126]. Отже, можемо констатувати, що роль особистості у таких розуміннях культури пояснювалася як засіб, інструмент культури.

Одним з напрямів, у змісті яких особистість пояснюється як активний носій та транслятор культури стала культурно-історична теорія Л. С. Виготського. Згідно з основними положеннями цієї теорії головна закономірність полягає в культурній обумовленості психічного розвитку особистості, зокрема – в інтеріоризації структури зовнішньої діяльності, яка опосередковується знаками і символами (Цит. за [61]).

Перегляд традиційних підходів пропонував Д. Мацумото (2003), який зробив предметом своїх досліджень зв'язок психології з культурою, вважаючи провідними завданнями розкрити психологічний зміст культури, виявити в ній елементи, які обумовлюють мислення і поведінку особистості. Підхід до культури як до наслідку людської поведінки передбачає аналіз процесів, в ході яких особистість структурує свої уявлення і очікування щодо соціального оточення. Підсумовуючи досягнення попередніх вчених,

Д. Мацумото визначив культуру як динамічну систему правил, експліцитних та імпліцитних, що встановлені групами з метою забезпечення власного виживання, що включає установки, уявлення, цінності, норми і моделі поведінки, загальні для групи, проте які реалізуються в різний спосіб кожним специфічним об'єднанням всередині групи. Вони передаються з покоління в покоління, відносно є стійкими, але здатні змінюватися в часі. Це визначення не стосується матеріальних артефактів, а виключно змісту психіки індивідів – установок, уявлень і т.ін; ці феномени існують також як соціальна свідомість, що виходить за межі індивідуального. Важливо, що культура існує на різних рівнях: як поміж індивідами всередині груп, так і між групами всередині великої спільноти (наприклад, підрозділів університету або промислової корпорації). Це передбачає різні рівні аналізу культурних явищ [155].

Виходячи з усього вищеописаного, у змісті цієї дисертаційної роботи розглядаємо міждисциплінарну категорію «культура» як комплекс засвоєних людиною моделей сприйняття та реагування, а також історично успадкована система значень, виражених у символічних формах, за допомогою яких люди повідомляють, зберігають і розвивають свої знання про світ і свої установки щодо різних сторін життя. Це надіндивідуальний та надбіологічний вимір реальності, що відображує досвід спільної діяльності, спрямованої на досягнення значущих цілей і вирішення актуальних проблем, закріплений в матеріальних артефактах, нормах соціальної взаємодії та ментальності членів певної спільноти.

Завдяки тому, що навколо поняття «культура» досі точаться академічні дискусії, цей феномен має багато значень та смислів. Такі суперечки відображують значущість теоретичного осмислення культури, але, водночас, створюють труднощі для її вивчення на практиці. Зазвичай культура досліджується не загальною, а відносно певного суспільства чи групи. Для вивчення культури, зокрема корпоративної, важливо розуміти шляхи її прояву. На думку Л. А. Уайта, культура існує у вигляді: внутрішнього багатства особистості (свідомість, пам'ять, здібності, знання й уміння, ідеї,

переконавання, ставлення, потреби, цінності, естетичні уподобання, тощо); суспільних відносин, процесів соціальної взаємодії (дії, моделі поведінки, спілкування, традиції, норми моралі, звичаї, закони, громадські інститути, тощо); речей – результатів діяльності, продуктів матеріального та духовного виробництва (знаряддя праці, механізми, предмети побуту, твори мистецтва, плоди наукової творчості та ін.) [178].

Для з'ясування і конкретизації психологічного змісту поняття корпоративної культури ми звернулися до розгляду наукового доробку світових та вітчизняних вчених, здійсненого ними в процесі різноаспектних міждисциплінарних досліджень. Виникнення поняття «корпоративна культура» (далі КК) пов'язане з формуванням постіндустріальної світоглядної парадигми, у змісті якої найбільш цінною складовою такої культури був визнаний соціальний капітал (*human resource*), тобто люди, сукупність їх особистісних властивостей, здібностей та компетенцій, що сприяють досягненню колективних цілей [122]. Згодом, поняття КК міцно увійшло в науковий дискурс як втілення постіндустріальної парадигми управління людськими ресурсами. Його теоретична концептуалізація відбулася в 1970-1990 роках в країнах з розвинутою економікою.

На перший план виступила ідея підвищення ефективності за рахунок психології та ідеології організації: творення спільних цілей, цінностей, традицій та інших артефактів, які згуртовують колектив, залучаючи фахівців у вирішення спільних проблем [**Error! Reference source not found.; Error! Reference source not found.**]. Ефективне використання людського потенціалу передбачає створення умов праці, що формують конструктивні установки на взаємодію, внутрішню мотивацію, високу залученість та зацікавленість кожного працівника в результатах. Це дозволяє організації швидко орієнтуватися та виробляти оптимальні форми реагування при зміні соціально-економічної ситуації [12].

Розвиток культурологічних уявлень в соціальних науках призвів до перетину теорії культури та теорії організації. В 1952 р. Е. Жак описав

культуру підприємства як звичний спосіб мислення та дій, який у більшій або меншій мірі поділяють усі працівники та, який має бути засвоєний і хоча б частково прийнятий новими членами колективу, щоб стати «своїми». В тій мірі, в якій люди можуть розділяти спільні бажання, цілі та прагнення, вони можуть взяти на себе зобов'язання працювати разом. Це питання здатності дбати про одні й ті самі речі, і це відноситься як до націй, так і до асоціацій та організацій всередині націй [143].

З 1980-х років антропологічне поняття «культура» активно використовується в менеджменті та бізнес-консультуванні для означення феноменів корпоративної групової поведінки: проголошених цінностей, норм та керівних принципів, характерних переконань, символів, ритуалів, методів взаємодії співробітників між собою та із зовнішнім світом (J. Eldridge, A. Crombie, 1974 [119]; T. Deal, A. Kennedy, 1982 [113]; E. H. Schein, 1990 [162]; M. Armstrong 1992 [100] та ін.). Вони можуть не бути чітко вираженими та сформульованими словесно, але при відсутності прямих інструкцій визначають спосіб дій і поведінку працівників, суттєво впливають на робочі процеси. Загалом, культура визначає унікальні характеристики організації, що відрізняють її від інших в певній галузі [123].

При цьому проголошувалось, що культура має цілеспрямовано формуватись та регулюватись керівництвом, оскільки вона суттєво впливає на досягнення цілей організації, її розвиток та ефективність [119; 113; **Error! Reference source not found.; Error! Reference source not found.**]. Мало того, нехтування КК складає головну загрозу існуванню організації [**Error! Reference source not found.**]. Слід відзначити, що подібна література переважно спиралася на метод бізнес-кейсів (досвід відомих західних та японських корпорацій, власну практику консультантів) і не містила комплексних досліджень, які б дозволили верифікувати запропоновані теоретичні моделі. На зламі століть аналіз діяльності провідних західних корпорацій показав, що вони не мали жодних конкурентних переваг, які традиційно розглядалися в бізнес-літературі. Їх успіх визначався «скоріше

цінностями фірми, ніж ставленням до ринкових структур; скоріше заповідями особистісного характеру, ніж завоюванням позицій щодо конкурентної боротьби; скоріше турботою про спільне для всього персоналу розуміння ситуації, ніж проблемами ресурсної переваги» [**Error! Reference source not found.**, с. 29]. Отже, будь-яка компанія, що процвітає і сприймається лідером у своїй галузі, має помітну, асоційовану тільки з нею КК.

У 2000-них роках були опубліковані дані емпіричних досліджень, що переконливо доводили вплив КК на фінансові та соціальні показники ефективності бізнесу, а також диференціювали окремі елементи культури, що сприяють успіху (Carmeli A., Tishler A., 2004 [105]; E. Flamholtz, R. Kannan-Narasimhan, 2005 [121]; C. Hartnell, A. Ou, A. Kinicki, 2011 [136] та ін.). Е. Фламхольц звернув увагу на синергетичний ефект оргкультури – її загальна цінність є більшою, ніж сума «економічних цінностей» окремих співробітників [122]. Робота Б. Едкінса і Д. Колдуелла (2004) показала, що задоволеність співробітників пов'язана із ступенем, в якому їх компетенції та цінності відповідають культурі підприємства [98]. Кросс-культурні дослідження організаційної ефективності (D. R. Denison et al., 2004) привели до висновку, що неможливо сформувавши універсальну модель КК, оскільки на діяльність будь-якої організації суттєво впливають національні культури, соціальні та економічні особливості середовища [115].

Сьогодні звернення до культурних аспектів діяльності організацій є одним з головних трендів людино-орієнтованого управління. Корпоративна культура визначається як сукупність знань, переконань, цінностей, норм, артефактів, символів, поведінкових та мовних моделей, спільних для членів організації, що забезпечує почуття їх загальної ідентичності. Це історично детерміноване, соціально сконструйоване, цілісне і стабільне утворення, яке пронизує всі аспекти існування організацій та важко піддається змінам [140]. За визначенням О. М. Занковського (2012), КК - це смислові системи, що виконують репрезентативні, директивні та афективні функції, здатні

створювати культуральний простір та особливе відчуття реальності [24]. Головною метою КК є забезпечення самоорганізації соціально-економічної системи за допомогою персоналу [**Error! Reference source not found.**].

Серед основних функцій корпоративної культури називають: формування іміджу організації, який транлюється як співробітникам, так і назовні – клієнтам чи партнерам; підтримка цінностей організації, закріплення їх у світогляді кожного співробітника, що задає внутрішні орієнтири та стандарти поведінки, здійснюючи «колективне програмування». Якщо молодий співробітник із ще несформованою, незрілою системою цінностей потрапляє в компанію з сильною КК, то цінності колективу поступово стають його особистими [56]; сприяння соціалізації нових працівників, залучення їх в існуючу культуру. Пізнання та засвоєння принципів КК на стадії адаптації допомагає новачкам швидше вникнути в діяльність організації, правильно інтерпретувати події, що відбуваються в ній, швидше включатися в життя колективу, досягти взаєморозуміння з колегами, налагодити взаємодію; встановлення і контроль правил поведінки в організації, визначення прийнятної та неприйнятної поведінки (корпоративних табу); мотивація членів організації для оптимізації їх продуктивної діяльності (функції спонукання, спрямування, регулювання, розвитку) [41]; формування у співробітників ідентифікації з компанією, почуття причетності до спільної справи. Це формує відповідальність, прихильність та лояльність, надає сенс роботі [24]; забезпечення соціального захисту персоналу, реалізація ідей соціальної справедливості в рамках організації, задоволення ширшого кола потреб фахівців, ніж просто матеріальне забезпечення [**Error! Reference source not found.**]; захист ідентичності компанії: ефективна КК сприяє як отриманню унікальних результатів, так і захищеності цих результатів (оскільки її важко сформулювати, а отже, і скопіювати конкурентам) [**Error! Reference source not found.**].

Британські психологи (А. Furnham & В. Gunter, 1993) влучно назвали культуру «соціальним клеєм», що пропонує спільну для співробітників систему понять та створює «спільне відчуття». Це протидіє диференціації, яка є невід’ємною частиною організаційного життя [123]. Вітчизняні бізнес-консультанти (В. В. Журавльова, 2014; І. І. Троян, 2010) переконують, що головна функція КК – створення унікального середовища, яке є частиною стратегічної переваги компанії і становить цінність для її клієнтів [24; **Error! Reference source not found.**]. І. В. Андрєєва (2001) вважає, що в умовах кризового суспільства головною перевагою КК є здатність зменшувати ступінь колективної невизначеності: вносити ясність в очікування членів колективу; забезпечувати цілісність за рахунок ключових цінностей та норм, що сприймаються як незмінні; створювати єдність з колективом і відданість спільній справі; висвітлювати перспективу розвитку організації, даючи заряд енергії для руху вперед [**Error! Reference source not found.**].

Значимість сформованості КК для окремої особистості пояснюється рядом чинників. Вона визначає ідентичність співробітників, пропонує рольові моделі поведінки, забезпечує розуміння власного положення в організації, стимулює розвиток самосвідомості та відповідальності. Все це сприяє формуванню відчуття стабільності та соціальної захищеності. Знання організаційної культури допомагає фахівцям правильно інтерпретувати події, що відбуваються в організації, визначати пріоритети власної діяльності [81].

Фундаментальний внесок в розробку концепції КК мала праця Е. Шейна «Organizational Culture and Leadership» (1992), що базується на класичному антропологічному підході. Культуру визначено як *патерн колективних базових уявлень, що набувають групи або організації при вирішенні проблем адаптації стосовно змін зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, ефективність якого є достатньою для того, щоб вважати його значимим і передавати новим членам групи в якості правильної системи сприйняття та розгляду названих проблем* [**Error! Reference source not found.**, с. 32]. У це визначення не включені в явному

вигляді поведінкові патерни, хоча насправді багато форм поведінки є відображенням КК. Натомість Е. Шейн робить акцент на *ключових уявленнях*, пов'язаних зі сприйняттям і оцінкою діяльності, і відзначає, що реальна поведінка детермінована не тільки культурними патернами, а й ситуаційними чинниками, індивідуальним досвідом фахівців.

Діяльність будь-якого новачка в організації передбачає дешифровку корпоративних норм та уявлень, успіх якої залежить від впровадженої політики заохочень/покарань. Таке навчання відбувається постійно, хоча не систематично. В цьому сенсі культура виступає механізмом соціального контролю, що задає певні моделі сприйняття, мислення і поведінки.

Вчений розглядає феномен групи і наголошує, що культуру продукує не будь-яка спільнота. Вона формується на основі *колективного досвіду*, якому має передувати *колективна історія*, що передбачає достатню стабільність і однорідність складу групи. За таких умов людська потреба в економії, сталості та усвідомленості призводить до формування патернів – *колективних базових уявлень*, які згодом і одержують статус «культури». В групах з малозмістовною історією, з високим ступенем плинності учасників і керівників, скоріше за все, не виникне культурної формації [**Error! Reference source not found.**, с. 30]. В цьому плані університети – яскравий приклад стабільних організацій, які мають тривалу, насичену подіями історію, що сприяє формуванню надутворення у вигляді колективного досвіду та колективної свідомості (тобто культури), їх збереженню і передачі наступним поколінням.

Окрім того, будь-яка соціальна одиниця в процесі свого еволюційного розвитку виробляє підрівні, що продукують субкультури. При зростанні, розширенні організації, коли різниця між її підрозділами стає істотною, єдина культура розпадається на субкультури, які мають власну цілісність і можуть конфліктувати між собою (наприклад, керівництво і профспілки). Отже, про загальну КК можна говорити тільки стосовно певних уявлень, які є спільними для всіх підрозділів організації; вони зазвичай проявляються в

кризових ситуаціях або при появі «спільного ворога» [164]. Цей нюанс відмічають дослідники, які відрізняють сенс понять «організаційна культура» та «корпоративна культура» (адже не кожна організація є корпорацією, що складається з багатьох підрозділів). Проте в більшості робіт ці поняття вживаються як синоніми.

Культура як результат складного і тривалого процесу групового навчання належить до найбільш стабільних елементів організації. Тому втручання в КК, її цілеспрямована трансформація потребує професійних знань та досвіду. Е. Шейн підкреслював місце лідерів у створенні та управлінні КК. Динамічні процеси створення культури, управління нею є найголовнішим завданням і сутністю діяльності керівників; лідерство та культура є, по суті, боками одної монети. Талант керівника визначається його здатністю розуміти культуру і працювати з нею. В процесі надбання колективного досвіду індивідуальні наміри засновників організації, їх власне бачення ситуації, особисті уявлення та цінності перетворюються на прийнятий групою та колективно схвалений набір положень, що передаються новим членам як основа «правильного розуміння ситуації» [165**Error! Reference source not found.**].

На думку автора культуру організації складають такі основні елементи:

1. Поведінкові стереотипи, що спостерігаються при взаємодії людей: використовувана ними мова, звичаї та традиції, ритуали.
2. Групові норми та стандарти діяльності, наприклад, конкретна норма повноцінного денного виробітку.
3. Проголошені принципи та цінності, до реалізації яких прагне група.
4. Формальна філософія: загальні ідеологічні принципи, які визначають дії групи по відношенню до акціонерів, службовців, клієнтів, посередників.
5. «Правила гри», що керують поведінкою поведінки під час роботи: заведений порядок і певні обмеження, які необхідно засвоїти новачкові для того, щоб він зміг стати повноцінним членом організації.
6. Клімат організації: почуття, яке визначається складом групи та

характерною манерою взаємодії членів організації один з одним, користувачами послуг та іншими особами.

7. Практичний досвід: методи і технічні прийоми, які застосовують члени групи для досягнення поставлених цілей.

8. Прийняті значення: миттєве порозуміння, що виникає при взаємодії представників групи один з одним.

9. Склад мислення, прийняті когнітивні системи, що визначають сприйняття, мислення та мову, які використовуються членами групи та передаються новим членам на етапі первинної соціалізації.

10. «Базові метафори», інтеграційні символи, ідеї, образи, свідомо вироблені групою для самовизначення та втілені в матеріальних аспектах: архітектурі, дизайні офісу, корпоративній символіці та ін. [164, с. 29].

Всі ці елементи об'єднують членів групи і відображають їх культуру, однак жоден з них (норми, цінності, традиції, мова, тощо) не є власне «культурою» організації. Е. Шейн підкреслює дві важливі ознаки культури, що відрізняють її від певної спільності уявлень – глибина та структурна стабільність. *Глибина* свідчить про деяку неусвідомленість, неловиму розпливчастість елементів (ця характеристика нагадує колективне несвідоме К.-Г. Юнга). *Структурування* виражається в інтеграції елементів культури, появі загальних парадигм або гештальтів, що пов'язують окремі компоненти і лежать на більш глибинному рівні. Отже, КК передбачає структуровану цілісність, утворену звичаями, цінностями, уявленнями і моделями поведінки організації. На психологічному рівні культура розглядається як *аккумуляований колективний досвід групи, що включає поведінковий, емоційний та когнітивний елементи функціонування її членів* [165].

Відомо, що сила колективних уявлень полягає в тому, що вони діють поза свідомістю людини. Будучи колись сформованими та прийнятими, вони стають визначальною особливістю групи, основою її ідентифікації. При цьому колективним уявленням приписується цінність; вони сприймаються не просто спільними, «нашими», а й істинними, оскільки відображають

успішний досвід вирішення проблем. Якщо певні уявлення були колись прийняті людиною, вони зазвичай не викликають у неї жодних сумнівів і здаються чимось природним, очевидним, оскільки знаходяться на рівні підсвідомості. Надалі людина схильна захищати свої уявлення, оскільки емоційно пов'язана з ними (D. Bohm, 1990) [104].

Більшість дослідників описують КК на основі системи цінностей, однак Е. Шейн пропонує покласти в її основу концепт «базових уявлень», оскільки саме уявлення здаються носіям культури самоочевидними й незаперечними. Цінності люди можуть обговорювати, приймати або заперечувати. Натомість базові уявлення здаються настільки очевидними, що людина, яка не погоджується з ними, вважається ненормальною і автоматичного видаляється з групи. Звідси автор виводить модель рівнів культури, що відповідають мірі очевидності культурних явищ. Вони охоплюють як відчутні зовнішні прояви, доступні спостереженню, так і глибинні (підсвідомі) базові уявлення, які є сутністю, ядром культури. Між цими полюсами перебувають колективні цінності, норми і правила поведінки, що використовують носії даної КК для її представлення собі та іншим (рис.1, дод. А.1).

Найповерховішим є рівень *артефактів*, що включає всі феномени, які можна побачити й почути при вході до нової групи: архітектура, матеріальне оточення, мова, технології та продукти діяльності, стиль одягу, манери спілкування, міфи та історії, пов'язані з організацією, зовнішні ритуали та церемонії, тощо. Цей рівень культури просто спостерігати, хоча складно вірно розтлумачити, не знаючи більш глибинних рівнів.

Специфіка КК визначається, насамперед, лідерами і тією роллю, яку вони зіграли в історії групи: «Весь досвід групи в кінцевому рахунку відображує чийсь індивідуальні уявлення про правильне й хибне, ефективне й неефективне» [165, с. 37]. Керівники впливають на вибір групою того чи іншого варіанту щодо вирішення внутрішніх та зовнішніх проблем. Однак група на «докультурному» етапі ще не володіє спільним базисом для розуміння стану справ і не виробила механізм виходу з нової для неї ситуації.

Тому будь-яка ініціатива керівника має в очах групи лише умовну цінність, поки учасники не включаються до спільних дій і не побачать результатів. Коли група перевіряє пропозицію та переконується в успіху її застосування, відбувається *когнітивна трансформація* – спочатку вона перетворюється на *групове переконання*, потім стає *груповим уявленням*. Процес трансформації відбувається лише тоді, коли пропонуване рішення зберігає дієвість, що свідчить про його надійність та відповідність реальному стану речей. Якщо знайдене рішення щоразу виправдовує себе, воно починає сприйматися як належне; з часом члени групи забувають, що колись ця пропозиція представлялася їм суперечливою чи неочевидною. Отже, лише пропозиції, які піддаються перевірці й забезпечують надійне вирішення групових проблем, можуть трансформуватися в базові уявлення. Формування спільних поглядів призводить до появи специфічних типів поведінки та артефактів, які з часом починають сприйматися як наочна маніфестація КК. Якщо поведінкові патерни виявляються успішними і доречними, вони стають для членів організації запорукою її стабільності і всіляко відстоюються ними.

Відмінність *цінностей* полягає в тому, що вони пов'язані з явищами етичного або естетичного порядку і можуть не піддаватися перевірці. Вони сприяють зниженню невизначеності у складних ситуаціях функціонування групи. Вірність певним цінностям призводить до їх трансформації в уявлення, що підкріплюються набором вербалізованих переконань і правил. Відповідні погляди залишаються усвідомленими та чітко сформульованими; вони виконують нормативну функцію, регулюючи поведінку членів групи в критичних або невизначених ситуаціях та привчаючи нових учасників до прийнятих моделей поведінки. Поряд з цим існують *декларовані цінності*, які визначають, що говорять члени організації, але можуть не відповідати тому, що вони реально роблять. Найчастіше такі цінності є наслідком умовиводів чи претензій керівників і не відповідають базовим уявленням КК. Вони не утворюють системи, з часом їх елементи стають взаємовиключними, не пов'язаними із поведінкою (наприклад, недотримання принципів академічної

добročесності, кумівство, хабарництво у ВНЗ). Якщо ж проголошені цінності відповідають базовим уявленням, їх вираження у формі артефактів, місії, принципів роботи сприяє самоідентифікації і консолідації групи [**Error! Reference source not found.**5, с. 48].

Після того, як внаслідок описаних вище процесів в групі складається система колективних уявлень, вона починає функціонувати як когнітивний захисний механізм для її учасників. Група скоріше відкине нову інформацію, що не узгоджується з базовими уявленнями, шляхом використання захисних механізмів: заперечення, замовчування і т.ін. Тому будь-які організаційні реформи, пов'язані з необхідністю зміни базових уявлень, є важкою і довготривалою справою, що породжує атмосферу тривоги. Важливо розуміти, що сформована КК є не тільки адаптивним чинником, але може гальмувати організаційні нововведення. Тому один з найактуальніших напрямків сучасних досліджень КК полягає в пошуку регуляторів, що сприяють інноваціям та змінам в організації.

Е. Шейн відмічає, що базові уявлення здаються членам групи настільки очевидними, що варіювання поведінки у межах даної культурної одиниці зводиться до мінімуму. Якщо група приймає певне базове уявлення, то поведінка, що опирається на будь-які інші уявлення, сприймається учасникам групи незрозумілою, маргіальною чи навіть небезпечною [**Error! Reference source not found.**4]. Так, якщо в організації прийняте уявлення про те, що робочі завдання вищі за індивідуальні права людини, відмова працівника жертвувати своїми вихідними чи обідньою перервою буде незрозуміла або сприйнята негативно; а в організації, що неухильно дотримується принципу «балансу роботи та життя», навпаки, буде незрозумілою жертвна позиція людини.

На думку дослідника, культура організації може аналізуватись на трьох рівнях: 1) доступні для спостереження артефакти; 2) проголошені групою цінності, правила та норми поведінки; 3) система колективних базових уявлень, що лежать в основі зовнішніх проявів і є ядром групової культури.

Щоб розшифрувати й усвідомити сутність культури, необхідно вийти на рівень базових уявлень, зрозуміти процес їх становлення і прийняття.

Ця модель взята за основу багатьма сучасними теоретиками та практиками КК, хоча слід визнати, що вона далеко не єдина. В літературі накопичено десятки структурних моделей, що відрізняються детальністю та логікою побудови. Оскільки елементи різних моделей частково пересікаються між собою, це дозволяє зробити певні узагальнення. Окрім описаних вище, автори включають до змісту КК ще десятки компонентів: мову спілкування, стиль одягу та зовнішній вигляд працівників, офіційну символіку (лозунги, логотип), міфи й героїв організації, ритуали, розпорядки, системи навчання й мотивації, статусні привілеї, обмін інформацією, етичні норми, табу, стандарти якості та методи контролю, структуру вертикальних та горизонтальних зв'язків, стиль керівництва, механізми прийняття рішень, способи вирішення конфліктів і баг. іншого [12; **Error! Reference source not found.**].

Окремо відзначимо модель Б. Карлофа, перевага якої (як і моделі Е. Шейна) полягає, окрім лаконічності, в диференціації ядерного, глибинного рівня, що впливає на видимі процеси та артефакти в організації (рис.2., дод. А.1). Можна припустити, що різні рівні КК визначають поведінку людини через цінності, смисли, мотиви, когнітивні утворення, норми емоційного реагування або інші, глибинні архетипи, що закладають певні психічні конструкції та модуси поведінки особистості.

Автор підкреслює пряму залежність КК від культури навколишнього середовища і неможливість безпосереднього переносу традиційних моделей управління в інші національні культури [35].

За Е. Шейном, зміст організаційної культури відображає, в першу чергу, основні проблеми, з якими стикається група. Набір базових уявлень умовно розділяється на групи відповідно до функцій: забезпечення внутрішньої інтеграції групи або її стосунків із зовнішнім середовищем.

А) Забезпечення діяльності групи і стосунків з зовнішнім середовищем.

1. Місія та стратегії: уявлення про сутність діяльності, основні сфери компетенції та функції існування організації в суспільстві. Виконання місії комерційного підприємства передбачає баланс інтересів зацікавлених груп: інвесторів, постачальників, менеджерів, співробітників, споживачів, які отримують товар чи послугу, суспільства, уряду. В освітніх організаціях головна місія інша, проте логіка підтримки балансу інтересів залишається [Error! Reference source not found.4, с. 67]. Зокрема, сучасний університет забезпечує потреби студентів у навчанні; факультетів – у проведенні досліджень, вдосконаленні галузевих знань; фахового суспільства – у збереженні та передачі професійних умінь; держави – в інституції, що приводить молодь на ринок праці. Уявлення про місію досить абстрактні й мало усвідомлюються персоналом організації, але суттєво впливають на прийняття стратегічних рішень керівництвом.

2. Конкретні цілі, обумовлені місією: розробка, виробництво, продаж реальних продуктів або послуг у певних вартісних та часових межах.

3. Засоби досягнення поставлених цілей: знання, технології, розподіл праці і професійних ролей.

4. Критерії оцінки результатів: єдина та чітка точка зору щодо мірила успіху спільної діяльності (працівників та керівництва, підрозділів) дозволяє вчасно коригувати робочі процеси, запобігає конфліктам між підгрупами.

5. Стратегії коригування діяльності, необхідні для зміни курсу організації при виникненні проблем або для закріплення досягнутого успіху.

Б) *Процеси забезпечення внутрішньої інтеграції* відображають основні проблеми, з яким стикається група в процесі свого розвитку [Error! Reference source not found.4, с. 80-81]:

1. Вироблення мови та концептуальних понять допомагає учасникам групи ефективно спілкуватися, швидко та однозначно розуміти один одного.

2. Визначення групових кордонів, критеріїв включення та виключення нових членів.

3. Розподіл владних та службових повноважень і обов'язків, правила посідання певних ієрархічних позицій працівниками.

4. Норми дружніх відносин; правила взаємодії працівників, які стоять на одному ієрархічному рівні та представників різної статі, допомагають вирішувати організаційні завдання в атмосфері відкритості і взаємної довіри.

5. Розподіл заохочень та покарань: ясне розуміння, коли можуть застосовуватися заходи заохочення та покарання, у чому вони полягають.

6. Загальна ідеологія, яка допомагає членами спільноти в поясненні незрозумілих та незбагнених явищ задля збереження відчуття контролю.

КК відображує також більш абстрактні уявлення про *глибинні аспекти існування*, які формують загальний світогляд і відношення людини: природа фізичної та соціальної реальності, спосіб пошуку істини, концепція часу, символічне значення простору (в т.ч. індивідуального), природа людини і її активності, провідні мотиви й потреби; уявлення про працю, про її відносну важливість в житті, тощо [**Error! Reference source not found.**]. Особливої уваги заслуговують колективні уявлення про норми і правила людських взаємин, пристойні форми поведінки в групі й табу, прийнятні способи вирішення конфліктів та відстоювання власних інтересів, а також про можливість вдосконалення людської сутності. Вони визначають сутність прийнятої в групі Я-концепції, що, у свою чергу, обумовлює сприйняття себе та інших людей, обробку соціальної інформації, способи саморегуляції та організації власного життя.

Очевидно, що уявлення менеджерів та працівників в межах КК будуть відображувати базові уявлення культури суспільства, у якій вони виховувались та формувалися як фахівці. До прикладу, для західної культури характерний ідеал автономної особистості, яка відповідає за власне життя, самостійно творить себе і власну долю; вищими цінностями є індивідуальність та само актуалізація. Натомість східна культура представляє людину як невід'ємну частину групи, певним чином «розчинену» в її ієрархії, а вищою цінністю виступає дотримання традицій та спільне благо [146].

В контексті вивчення КК особливо цікавою є модель культурних відмінностей Г. Хофстеде. Вона була розроблена при порівняльному аналізі національних вибірок, пізніше автор показав її застосовність на організаційному та професійному рівнях (Hofstede, 1980; 1991; 2011) [13730-134]. З накопиченням дослідницьких даних модель неодноразово уточнювалась і сьогодні включає шість основних векторів впливу культури: дистанція влади (жорсткість соціальної ієрархії та вираженість нерівності статусів між керівниками й підлеглими, висококваліфікованими й некваліфікованими працівниками); колективізм або індивідуалізм (ступінь інтеграції індивіда в первинні групи); схильність до уникнення або прийняття невизначеності; рольові моделі маскулінності/фемінності; короткострокова чи довгострокова орієнтація на майбутнє (фокус докладання зусиль); поблажливість або стриманість (задоволення або контроль бажань) [132]. Культурні традиції різних країн визначають характеристики рольових відносин та міру залученості в діяльність; разом з тим, кожна організація «доопрацьовує» ці уявлення, розтлумачує їх відповідно власній культурі [Error! Reference source not found.4].

Г. Хофстеде пропонує ряд додаткових параметрів, корисних для характеристики культури організації або її підрозділу: орієнтація на процес (технічні, бюрократичні рутини) або результат; орієнтація на роботу (пріоритет виконання службових обов'язків) чи співробітників (їх добробут та благополуччя); професіоналізм проти «парафіяльності» (фахівці ідентифікують себе зі своєю професією або з належністю до організації); організаційна відкритість характеризує загальний стиль внутрішнього і зовнішнього спілкування, а також легкість входження в культуру новачків; жорсткий чи слабкий контроль (ступінь формальності та пунктуальності дотримання вимог, норм в організації); прагматичність (гнучкість) чи нормативність (ригідність) поведінки з оточенням [134].

Всі ці компоненти, поряд з основними професійними знаннями та компетенціями, становлять зміст *професійної свідомості* фахівця. Вони лише

частково закладаються під час фахової освіти, а конкретизуються та уточнюються переважно в процесі безпосередньої діяльності. Важливо, щоб під час навчання були сформовані достатньо реалістичні та гнучкі уявлення. Найбільш очевидним способом передачі КК студентам під час навчання є залучення до викладання провідних фахівців відповідних галузей діяльності – безпосередніх носіїв корпоративної культури (але викладачі вітчизняних ЗВО часто самі не практикують професію, яку викладають).

Хоча роботи Е. Шейна дають глибоке розуміння механізмів формування культури (базисних уявлень) в організації, більшість вчених розглядають її дещо ширше. Сьогодні КК в загальному вигляді розуміється як динамічна система матеріальних та духовних цінностей, сукупність установок, норм і правил поведінки, що приймаються та підтримуються членами організації, відображаючи характер її внутрішньої та зовнішньої взаємодії [**Error! Reference source not found.**, с. 131]. Багато авторів пропонують оригінальні типології КК, критеріями в яких виступають найрізноманітніші аспекти діяльності: ставлення до роботи та до людей, які її виконують (Р. Блейк, Дж. Моутон [103]); специфіка діяльності: ступінь ризику при прийнятті організаційних рішень та швидкість зворотного зв'язку (Т. Діл, А. Кеннеді [1133]); фокус на внутрішніх процесах або зовнішньому середовищі, зацікавленість в змінах (Д. Денісон [114], К. Камерон, Р. Куїнн [**Error! Reference source not found.**]); ієрархія влади; уявлення співробітників про цілі організації та власне місце в ній (Ф. Тромпенаарс, Ч. Хемпден-Тернер [91]) та баг. інш. Ці розробки переважно відображають особливості конкретного бізнес-середовища, тому малоприменні для аналізу діяльності українських університетів. Крім того, описані в літературі типи КК практично не зустрічаються у «чистому» вигляді. Не існує навіть двох ідентичних культур, адже кожній організації притаманне власне, унікальне середовище з характерною тільки для неї системою елементів, що формується під впливом багатьох внутрішніх та зовнішніх чинників.

З точки зору практичного дослідження цікава типологія К. Камерона та Р. Куїнна (2001), що представляє «рамкову конструкцію конкурентних цінностей» (рис. 3., дод. А.2). На основі цієї теоретичної моделі вчені запропонували інструмент ОСАІ для діагностики оргкультури [**Error! Reference source not found.**].

Окрім того, представляють практичну цінність розробки, що фокусуються на аналізі слабкої або сильної (здорової, адаптивної) культури (табл. 1., дод. А.2) [24, с. 204]. Е. Фламгольц та І. Рендл (2012) стверджують, що сильна культура – це культура, яку люди ясно розуміють і можуть сформулювати, натомість слабку культуру співробітникам важко визначити чи пояснити. Чіткі цінності дають співробітникам привід прийняти КК. Переваги сильної культури полягають у високій мотивації та лояльності робітників, узгодженості дій для досягнення цілей, підвищенні згуртованості команди, заохоченні координації та контролю всередині компанії. Сильна культура допомагає фірмам працювати як «добре налагоджені механізми», демонструючи відмінне виконання з незначними коригуваннями процедур по мірі необхідності; натомість в слабкій культурі контроль має здійснюватися за допомогою широких процедур та бюрократії [**Error! Reference source not found.**].

Сучасні організації повинні прагнути до стану «здорової» КК, характеристиками якої виступають: прийняття й визнання різноманітності; справедливе ставлення до співробітників, повага до внеску кожного учасника в спільну діяльність; гордість та ентузіазм з приводу організації та виконаної роботи; рівні можливості співробітників реалізувати свій потенціал; низька плінність кадрів; сильні керівники з чітким розумінням цілей компанії; тісне спілкування із співробітниками при прийнятті організаційних рішень; здатність конкурувати у галузевих інноваціях; інвестиції в розвиток, навчання та знання працівників. М. Воткінс (2013) влучно порівнює здорову КК з «імунною системою організації» - це форма захисту, що запобігає

проникненню в спільноту «неправильних думок» та «неправильних людей», які можуть завдати їй шкоди [177].

Основним моментом у формуванні корпоративної культури більшість сучасних дослідників вважає цінності. На думку М. Сухорукової (2000), сила організаційної культури визначається двома чинниками: ступенем прийняття членами організації основних цінностей КК та ступенем їхньої відданості цим цінностям [811]. Н. Л. Яблонскене (2006) називає цінності ядром КК, значимою ланкою, від якої залежатиме згуртованість співробітників, формується єдність їхніх поглядів і дій, отже забезпечується досягнення цілей організації. Сучасний фахівець хоче отримати від організації більше, ніж заробітну плату, від бажає почуватися в ній психологічно комфортно. Тому важливо, щоб на рівні особистісних диспозицій працівники максимально розділяли культурні цінності, задані організацією (її лідером, керівною командою) При цьому усвідомлення та позитивного ставлення до певних цінностей замало – необхідне практичне включення співробітника в діяльність організації, спрямовану на їх реалізацію [**Error! Reference source not found.**]. В. В. Козлов додає, що повна ідентифікація робітника з компанією означає, що він внутрішньо приймає корпоративні цінності. В процесі інтеріоризації культурні цінності стають індивідуальними, займаючи міцне місце у мотиваційній структурі особистості. Працівник продовжує розділяти, впроваджувати та транслювати цінності КК незалежно від того, чи перебуває він у межах організації, що їх сформувала [**Error! Reference source not found.**].

Слід враховувати, що в публікаціях не-психологів (педагогів, менеджерів, економістів) поняття «цінності» часто трактується досить широко та вільно, воно охоплює потреби, мотиви, сенси, переконання, цілі, ідеали й інші психічні утворення [13].

В Україні та на пострадянському просторі концепція КК почала розвиватися в 1990-тих роках, з переходом до ринкової економіки. Тоді з'явилися перші дисертації та монографії, присвячені цій проблемі. В працях

М. Р. Богатирьова [**Error! Reference source not found.**], В. М. Вороніна [12], М. Й. Дмитренко [20; 19], М. В. Іонцевої [**Error! Reference source not found.**], Л. М. Карамушки [31], В. О. Співака [**Error! Reference source not found.**], О. Г. Тихомирової [**Error! Reference source not found.**] та ін., був опрацьований і адаптований досвід західних вчених, закладені основи розуміння культури вітчизняних організацій, сформованої в кардинально іншій соціальній реальності. Слід відзначити міждисциплінарний характер цих робіт, що поєднує економічні, управлінські, соціологічні та психологічні підходи.

В. О. Співак (2001) звертає увагу на невідповідність теоретичних моделей, створених в країнах з розвинутою економікою, та пропонує звернутися до традиції «культури виробництва», що склалася в радянський період. Зокрема, *культура праці* розумілася в контексті особистості працівника, що визначається його кваліфікацією, професіоналізмом, освіченістю, компетентністю, ставленням до праці, дотриманням дисципліни, та норм роботи, формами спілкування з іншими людьми, старанністю та творчістю на робочому місці. Загальна культура працівника представляється як сукупність його моральної культури та культури праці [**Error! Reference source not found.**, с. 113-115]. Ми не можемо повністю погодитись з цим підходом, адже принципи управління в сучасній Україні рухаються в бік віддалення від традицій СРСР. Водночас, при вивченні КК фахівців слід враховувати особливості культури суспільства: прийняття комуністичної ідеології старшим поколінням (керівників), пострадянську патерналістську ментальність, культурні традиції ортодоксального християнства, тривалу нестабільність економічної та політичної ситуації, труднощі становлення культури підприємництва, а також зміну цінностей в різних вікових когортах. Так, недавні дослідження Н. В. Волкової, В. А. Чикер та Л. Г. Почебут (2019) показали проблемність «консолідації соціального капіталу» (формування єдиного смислового простору, що включає оцінку оргкультури, прихильність робітників до цілей і цінностей організації, стійкість організаційної

ідентифікації) в трудовій поведінці покоління X, що сформувалося в роки перебудови [10].

Аналіз україномовних дисертацій за останні 20 років показує, що КК найактивніше вивчається в галузі економіки та управління підприємствами, при цьому автори широко використовують психологічну термінологію (мотиви, цінності, залученість, поведінка, ментальність, тощо) [41; 68]. Це актуалізує необхідність уточнення психологічних аспектів корпоративної культури. Відзначимо в цьому сенсі систематичну плідну роботу лабораторії організаційної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка під керівництвом Л. М. Карамушки (В. М. Івкін, О. В. Креденцер, В. І. Лагодзінська, К. В. Терещенко, А. М. Шевченко та ін.) [32; 33; 34; 46; 66; 82; 145] та дисертації І. І. Сняданко (2017) [72]; О. О. Мітічкіної (2012) [53]; О. В. Іщук (2013) [30]; Н. В. Наконечної, 2016 [54]; М. В. Станіславської, 2016, [79], присвячені психологічним аспектам формування корпоративної культури студентів українських ЗВО. Соціально-психологічні дослідження мають беззаперечну перевагу в поясненні впливу КК на формування особистісних рис майбутніх фахівців, проте цей аспект досі є відносно маловідомим і потребує додаткового вивчення.

В. М. Воронін (1999) виділив три рівні представленості та прояву різних форм КК, які можна фіксувати емпірично. На *рівні особистості* відбувається формування цінностей, норм, патернів поведінки, спільних для всіх працівників організації, а також зміна структури мотивації працівників (культура ефективної організації забезпечує перевагу внутрішніх мотивів). На *рівні групи* розвивається подібність групових норм, задоволеність власним членством в групі, підвищується оцінка інших членів, з'являється стан «опосередкованості міжособистісних відносин цілями спільної діяльності». На *рівні організації* з'являється почуття «Ми», відчуття причетності до результатів організації, розвивається горизонтальна система комунікацій, формується єдність організаційних процедур та патернів поведінки [12].

М. Й. Дмитренко (2013) виділяє два підходи у вивченні КК: а) як результат діяльності організації та ресурс управління нею; б) як виховання у працівників відчуття приналежності до організації, бажання стати командою. Останній напрямок об'єднує два вектори: культура як відчуття причетності, гордість за підприємство; культура як корпоративне мислення на основі єдиних цілей і цінностей [19]. Отже, як і суспільна культура, КК може вивчатися як на надіндивідуальному (груповому, соціальному) так і на індивідуальному рівнях.

Узагальнення поглядів на корпоративну культуру в контексті міждисциплінарних досліджень дозволило констатувати, що праці сучасних вчених не змінюють теоретико-методологічних основ постіндустріальної парадигми управління людськими ресурсами, а доповнюють й конкретизують особливості формування культури організацій в різних суспільствах та професійних галузях. Серед них нас особливо цікавить діяльність закладів вищої освіти, адже проблема розвитку КК актуальна для всіх європейських закладів вищої освіти, що прагнуть у вік глобальних змін бути не тільки організацією, *що навчає*, але й організацією, *що навчається* [**Error! Reference source not found.**]. В цьому аспекті надзвичайно цікава рефлексія українських ректорів та деканів, спрямована на осмислення культури очолюваних ними закладів (І. Данилюк, 2018 [14]; В. О. Огнев'юк [56]), а також спроби цілеспрямовано впровадити західні академічні традиції в пострадянському освітньому просторі (Т. Шанін, 2001 [**Error! Reference source not found.**]), Н. Л. Яблонскене [**Error! Reference source not found.**]).

В. О. Огнев'юк (2016) розглядає *корпоративну культуру університету* як цілісну систему унікальних ідентифікуючих ознак, в основі яких лежать цінності, що визначають філософію його діяльності, ідею (візію) та місію, формують традиції і норми поведінки, стилі службових та міжособистісних взаємин студентів і співробітників що відображає рівень досконалості, добropорядності та привабливості університетського бренду щодо сучасного соціокультурного та науково-освітнього простору [56].

Більшість сучасних університетів – це організації з тривалою історією, розгалуженою структурою, стабільним професорсько-викладацьким складом, сформованими унікальними традиціями та власною культурою (в цьому полягає їх відмінність від комерційних організацій). Невід’ємною і найбільш численною частиною університетської спільноти є студентство, котре виступає могутнім чинником формування культурної динаміки. Студенти є членами організації лише 4-6 років, однак за цей час вони не тільки повністю приймають культуру, але й сприяють її постійному оновленню, осучасненню. Це забезпечує баланс стабільності та адаптивності культури університетів.

Перелік функцій КК освітніх закладів (за І. І. Буєвою, 2009) досить повно відображає її специфіку: функція *внутрішньої інтеграції* забезпечує злагодженість, згуртованість студентського й викладацького колективу; функція *зовнішньої адаптації* формує імідж закладу з погляду споживачів освітніх послуг; *аксіологічна функція* сприяє закріпленню спільних цінностей; *стимулююча функція* підсилює почуття відданості справі та приналежності до колективу; *регламентуюча функція* відбирає та коригує моделі поведінки в організації; *інформаційна функція* забезпечує адаптацію нових членів спільноти до традицій університету; *комунікативна функція* забезпечує взаємодію між членами університетської спільноти [6].

КК університетів виключає в себе компоненти *академічної культури* – традиції та цінності освітньо-наукової діяльності. До універсальних академічних цінностей, які не залежать від регіону та галузевої спрямованості ЗВО, відносять: критичне мислення, неприкладна наука, академічна свобода та добросовісність, відданість інтересам пошуку знання, визнання науковим співтовариством, публікації в авторитетних виданнях та ін. [**Error! Reference source not found.**]. Сьогодні такі цінності перебувають під загрозою через процес глобалізації знань та комерціалізації освітніх послуг. В 1997 р. Ш. Слотер та Л. Леслі запропонували термін «академічний капіталізм», під яким розуміється пряма ринкова діяльність університетів з метою отримання прибутку (патентів, ліцензій), а також конкуренція з

іншими вишами за отримання контрактів, залучення коштів спонсорів, дотацій тощо [170]. Університети стали розглядатися як підприємницькі структури; вони дедалі очевидніше набувають рис, подібних з комерційними підприємствами, переходять до ринкових цінностей. З іншого боку, відмінності між академічною та виробничою культурою, досі очевидні. Мотивацією до зайняття науковою діяльністю служить, передусім, захопленість науковим пошуком, престиж конкретної дисципліни, служіння суспільству, а не фінансові стимули [**Error! Reference source not found.; Error! Reference source not found.**]. Отже, КК університету є ширшим поняттям, ніж академічна культура, яка пов'язана з освітньою та науковою діяльністю.

В докторській дисертації М. В. Іонцевої (2006) розкрито соціально-психологічні основи формування КК вищих закладів освіти та підкреслено принципову можливість керування нею. Вчена розглядає культуру як організаційно-психологічне середовище життєдіяльності, що проявляється на рівні окремої особистості, групи та загалом організації. Вона закріплена в стандартах роботи, цінностях та цілях, у нормах поведінки і стилі відносин, у взаємних очікуваннях співробітників, адміністрації та клієнтів (студентів, їх батьків, держави, галузевих роботодавців) [**Error! Reference source not found.**]. Культура освітньої установи відіграє важливу роль у формуванні майбутньої трудової поведінки фахівця.

Дослідниця наголошує на існуванні в середовищі ЗВО домінантної КК і субкультур. Субкультури (формальні та неформальні) визначаються специфічним комплексом цінностей та ідеологічних зразків, різною мірою відмінних від домінуючої культури. Їх виникнення може бути наслідком специфіки діяльності, розділу функцій, що визначає частоту і тісноту спілкування людей; спільного групового досвіду; подолання певних проблем, через які пройшли члени окремого підрозділу; подібності особистісних показників, тощо. Відмінності в ідеології корпоративних субкультур можуть спричинити напружені стосунки або стати причиною конфліктів (наприклад,

між керівництвом університету та професорсько-викладацьким складом). Якщо субкультура розвивається у контркультуру, вона може послабити організацію, але в деяких випадках є джерелом корисних змін та інновацій. Наймогутнішою та найпоширенішою субкультурою є студентство [**Error! Reference source not found.**].

Аналіз специфіки КК 19 московських університетів на початку 2000-них років (М. В. Іонцева, 2006) дозволив скласти наступну класифікацію: а) прогресивні заклади «західного типу», що найкраще забезпечують механізми професійної соціалізації, позитивну ідентифікацію студентів, їх високий культурний рівень; б) престижні ЗВО з позитивним іміджем, проте без достатнього забезпечення цієї престижності професорсько-викладацьким складом, організацією навчання і технічно-матеріальною базою; ця ситуація призводить до фрустрації, обманутих очікувань студентів, втрати мотивації навчання, претензій до викладачів та адміністрації, негативного ставлення до інших студентів; в) консервативні пострадянські заклади, престиж яких тримається на досягненнях минулого; вони не вкладаються у власний розвиток, тому мало пристосовані до нової соціально, економічної та психологічної реальності; г) пострадянські ЗВО, що активно розвиваються, при цьому намагаються зберегти власні традиції, адаптувавши їх до вимог сучасності. Професійний розвиток студентів в межах кожної культури залежить не тільки від організаційних умов, але й власної мотивації та активності [**Error! Reference source not found.**]. Ця класифікація дозволяє скласти уявлення про різноманіття університетської культури на пострадянському освітньому просторі, але слід враховувати обмеженість вибірки та розвиток галузі за останні 20 років.

Західні дослідники (Р. Mendoza, J. В. Berger, 2008) підкреслюють, що культура університету є неоднорідною, в її структурі можна виділити 4 шари: зовнішнє середовище: сукупність установ вищої освіти та системи відносин між ними; інституційна культура університету (базові принципи діяльності, що об'єднують місію університету, основні цінності, символіку, тощо);

субкультури університету (локальні культурні підсистеми, зокрема адміністрація, факультети, кафедри, допоміжні відділи, студентські групи тощо), які визначають стиль життя, ціннісну ієрархію та менталітет її носіїв; індивідуальні актори (керівники, викладачі й інші авторитетні особистості, що значуще впливають на формування культури) [**Error! Reference source not found.**].

М. Н. Певзнер та А. Г. Ширін (2008) звертають увагу на внутрішній план культури, що формує образ колективного «ми», забезпечує ціннісне єднання викладачів, студентів та співробітників ЗВО. Це ціннісне ядро організації, що забезпечує згуртованість управлінської команди та колективу. Гармонізації різних субкультур сприяє формування загальних традицій, академічних ритуалів, кодексів поведінки, неформального спілкування [61].

О. Грауманн та колеги (2009) звертають увагу на труднощі формування КК в європейських університетах, обумовлені індивідуальною автономією викладачів, високою внутрішньою конкуренцією, пріоритетом власних цінностей і цілей над місією освітнього закладу [**Error! Reference source not found.**]. Дослідження у Франкфуртському університеті (R. Van Dick, 2004) показало, що 9 із 10 співробітників, вимовляючи «Ми», мають на увазі власний факультет або кафедру; колективне почуття по відношенню до всього університету поділяє лише третина опитаних. Працівники хочуть відчувати себе частиною університетської та академічної спільноти, але тільки тією мірою, що дозволить їм не втратити власну ідентичність [176]. Найбільш просунутими у самоідентифікації з організацією виявились викладачі університетів США, серед яких 85% респондентів, розділяючи та підтримуючи офіційну місію свого закладу, вважають її особистісно значущою [**Error! Reference source not found.**].

Беручи за приклад КК американських університетів, окреслимо її основні ознаки: здатність генерувати та забезпечувати трансфер сучасного знання за широким набором спеціальностей; орієнтація на наукові розробки, насамперед на фундаментальні дослідження; активне впровадження

найсучасніших напрямів науки, високих технологій та інновацій; підготовка «просунутих» фахівців з науковим ступенем; високий професійний рівень викладачів, прийнятих на конкурсній основі, можливість запрошувати на тимчасову роботу провідних спеціалістів з різних країн; конкурсність та селективність при наборі студентів; інформаційна відкритість, інтеграція в міжнародну систему науки та освіти; сприйнятливість до світового досвіду, нових напрямків методології викладання; формування навколо університету особливого інтелектуального середовища; наявність корпоративної етики, яка базується на етносі науки, демократичних цінностях, академічних свободах; прагнення до лідерства всередині регіону, країни та освітньої спільноти [51]

Важливою особливістю КК університету є те, що вона стосується не лише його адміністрації та співробітників (суб'єктів, присутніх в будь-якій організації), а й виступає засобом виховання студентів, які є найчисленнішим суб'єктом ЗВО. Водночас студенти є клієнтами ЗВО, особливо коли їх родини чи вони самі оплачують навчання. В процесі навчання вони долучаються до академічних традицій, відчувають гордість за належність до університетської спільноти, і надалі можуть привносити елементи освоєної культури в інші організації. Останнє міркування важливе в контексті предмету нашого дослідження.

Студенти як носії КК університету освоюють її цінності та норми на різних стадіях особистісно-професійного становлення. Вчені [**Error! Reference source not found.**; 61] виділяють наступні фази взаємодії особистості з КК університету:

1. Фаза орієнтації: в процесі професійної та освітньої орієнтації абітурієнтів формується уявлення про КК; першокурсники знайомляться з історією, місією, символікою ЗВО.

2. Фаза адаптації, коли студент-початківець адаптується не тільки до умов навчання у вищій школі, але й до цінностей і норм КК вишу; усвідомлює її рольові моделі, систему винагород та санкцій.

3. На стадії інтеракції особистість занурюється у ціннісну систему ЗВО, широко взаємодіє з різними рівнями корпоративної культури;

4. Фаза інтеграції забезпечує ціннісну єдність студента з університетом.

5. Фаза післядії, спрямована на утримання випускників у ціннісному просторі КК вишу. Колишні студенти можуть продовжити взаємодіяти з КК університету у новій ролі: участь в опікунських радах, консультування та керівництво студентськими практиками, спонсорство, аспірантура [61].

К. А. Бровко (2017) розглядає ЗВО як соціокультурну систему, функції якої не обмежуються лише професійною підготовкою майбутнього фахівця, а й передбачають трансляцію культури. Тут виробляються і поширюються соціокультурні та корпоративні цінності, формується досвід партнерської взаємодії, духовний та інтелектуальний потенціал суспільства. Освітнє середовище формує: а) професіонала, що має набір необхідних загальних і фахових компетенцій, б) особистість, її соціально-психологічні властивості, самовідношення та світогляд, в) культурні процеси та явища [4].

Сучасний заклад вищої освіти є складною багаторівневою організацією, що має своєрідне освітнє середовище, в якому закладено потенціал для розвитку корпоративної культури. Особливостями КК університетів є диференційованість за змістом (сполучення підприємницької, педагогічної та академічної культури) та багатосаровість соціальної структури (субкультура адміністрації, яка визначає стиль управління, стратегічні цілі діяльності ЗВО; субкультура професорсько-викладацького складу, що впроваджує професійні знання та цінності; потужна та масова культура студентської спільноти). В контексті теми дисертації важливе входження клієнтів (студентів) до складу університетської корпорації, їх активне залучення в життєдіяльність та події університету, що супроводжується постійною зміною контингенту. Випускники довгі роки виступають носіями та трансляторами традицій, цінностей, норм та КК університету.

Отже, за результатами теоретичного аналізу з'ясовано, що корпоративна культура є однією із форм суспільної культури, яка функціонує згідно із загальними законами формування та розвитку будь-якого іншого типу культури. Разом з тим, вона має власну специфіку, яка обумовлена професійною діяльністю і організаційним середовищем. У межах конкретної організації культура включає в себе систему переконань (уявлень), цінностей і засвоєних способів вирішення типових проблем, яка склалася протягом історії існування групи та проявляється в різних матеріальних формах, світогляді членів організації та соціальній поведінці.

Узагальнення поглядів на корпоративну культуру в контексті міждисциплінарних досліджень дозволило констатувати, що праці сучасних вчених не змінюють теоретико-методологічних основ постіндустріальної парадигми управління людськими ресурсами, а доповнюють й конкретизують особливості формування культури організацій в різних суспільствах та професійних галузях, зокрема особливості розвитку КК університетів та ЗВО.

Вплив КК університетів та ЗВО (як соціального середовища, в межах якого відбувається провідна діяльність та спілкування студентів) на розвиток особистості виражається в інтеріоризації певних уявлень, цінностей, зразків, ідеалів, норм та моделей поведінки, формуванні специфічного світогляду та характерологічних рис. Ступінь засвоєння культурних досягнень, цінностей та норм зумовлений індивідуально-психологічними відмінностями, виступає мірою особистісного розвитку майбутніх фахівців. Також необхідно зазначити, що корпоративна культура є явищем, яке об'єктивно існує, має властиві йому закономірності, що формуються дещо незалежно від свідомості кожного члена організації. У зв'язку з тим, що зазначена культура вже є сформованою, то новий член певного колективу може приймати її чи не приймати. Водночас, способи сприйняття чи несприйняття культури суб'єктивно індивідуальні. Окрім того, деякі представники організації також

чинять зворотний вплив на корпоративну культуру, удосконалюючи її своїм практичним досвідом та власними поглядами на світ.

Згідно з таким було сформульоване робоче визначення корпоративної культури майбутніх фахівців. Корпоративна культура майбутніх фахівців – система духовних і матеріальних цінностей, традицій, норм і зразків поведінки, яку поділяють всі суб'єкти навчально-виховного процесу, що визначає їх дії та взаємодію в освітньому середовищі вищого навчального закладу.

Отже, у наукових працях більшості дослідників організаційної й корпоративної культури об'єднані в синонімічний феномен, інструмент управління підприємствами та організаціями, а у сучасному психолого-педагогічному дискурсі поняття КК особистості використовується в значенні внутрішнього регулятора організаційної поведінки: як здатність усвідомлено узгоджувати власні цінності і цілі з організаційними, культурною компетентністю та корпоративною ідентичністю. У такому контексті щодо розуміння поняттєвого змісту корпоративної культури вважаємо важливим відчуття єдності з соціальною групою, учасники якої мають спільні погляди, переконання, цінності.

Відповідно у змісті цієї дисертаційної роботи корпоративну культуру майбутніх фахівців розглядаємо як систему корпоративних цінностей, традицій, норм і зразків поведінки, яку поділяють всі суб'єкти навчально-виховного процесу, що визначає їх дії та взаємодію в освітньому середовищі вищого навчального закладу та майбутньому професійному середовищі.

1. 2. Теоретичне обґрунтування психологічної структури корпоративної культури майбутніх фахівців

З метою теоретичного обґрунтування психологічних складових в структурі корпоративної культури майбутніх фахівців ми акцентували увагу на працях, у яких дослідники вивчали структурну організацію досліджуємого у дисертаційній роботі феномену, зокрема на науковому доробку «Психологічні детермінанти розвитку організаційної культури», виконаному співробітниками лабораторії організаційної психології Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України під керівництвом Л. М. Карамушки.

У змісті цієї наукової роботи дослідниками виокремлені в структурі організаційної культури дві великі групи – об'єктивні та суб'єктивні елементи. До групи суб'єктивних віднесено такі елементи, як філософія підприємства та традиції, а до об'єктивних – мову, суспільно-психологічна атмосфера, герої підприємства, норми поведінки. Як вбачають автори зазначеного вище наукового дослідження, організаційна культура містить соціальний характер та являє собою певну ієрархію цінностей, норм, правил, традицій, церемоній та ритуалів, які прийняті в організації і дотримуються всіма її членами та сприяють ефективності діяльності організації. Структура організаційної культури може аналізуватися залежно від: ієрархії базових структурних елементів; складових нормування та віри; суб'єктивної (представленої в свідомості людей) та об'єктивної (представленої в фізичному оточенні) організаційної культури; особливостей і взаємодії культур різних існуючих суб'єктів організаційної взаємодії (персоналу, підрозділів організації; керівників, організації в цілому; середовища, у якому функціонує дана організація); зовнішньої (орієнтованої на клієнтів) і внутрішньої (орієнтованої на персонал організації) певної організаційної культури; офіційно затверджених складових організаційної культури та існуючих правил неофіційного (неформального) спілкування та поведінки; домінантної організаційної культури та контркультур і субкультур [31].

Слід також зауважити на тому, що поняття «культура» здебільшого трактується як надіндивідуальне (соціальне) утворення, хоча ряд педагогів, психологів та управлінців вживають поняття КК або ОК стосовно до індивіда – носія цієї культури: Л. Е. Орбан-Лембрик [59], В. І. Тернопільська [86; 87], К. М. Гнезділова [13], М. Й. Дмитренко [21], І. В. Шапов [96], К. Бровко [3-5] та ін. При цьому зміст у поняття «культура» в такому контексті, кожен автор вкладає свій, визначаючи на цій основі складові культури особистості.

У працях Л. Е. Орбан-Лембрик, культура розглядається як компонент структури особистості – її соціально-психологічні особливості (порівняно з фізіологічними особливостями та темпераментом). «Культура особистості має сукупність соціальних норм та цінностей, на які індивід опирається у процесі практичної діяльності та реалізовує свої потреби і інтереси» [59; с. 111]. *Соціально-психологічні властивості особистості* проявляються в її життєвій позиції, інтересах, світоглядних установах, переконаннях, вольовій активності, ціннісному ставленні щодо політичних, економічних та інших культурно-обумовлених явищ і процесів. Також у соціально-психологічній літературі культура особистості тлумачиться переважно у національному або етнічному контексті, проте одні і ті ж самі закономірності стосуються її професійної самореалізації в організаційному середовищі.

Ряд авторів [Error! Reference source not found.; Error! Reference source not found.; 87] акцентують увагу, що культура є водночас як соціальним, так і є психологічним (особистісним) конструктом, так як вона існує у кожній людині. В антропологічному та соціологічному плані це є макроконцептом, в психологічному – є індивідуальним конструктом. Відповідно як соціальний феномен культура містить власне життя і за допомогою зворотного зв'язку посилює поведінку, яку програмує: розуміння культури посилює її, а нерозуміння послаблює. Н. М. Лебедева та О. М. Татарко (2007) пояснюють, що індивідуальні відмінності культури проявляються мірою засвоєння та прийняття індивідом установок, цінностей, переконань та моделей поведінки, що становлять цю культуру: «Якщо ви

поділяєте ці цінності, то культура – всередині вас, якщо ні – ви поза нею» [Error! Reference source not found., с. 22]. Натомість В. О. Співак (2001) зазначає, що в існуванні людини не буває відсутності культури взагалі, можна говорити лише про різні рівні розвитку тих чи інших її аспектів та знаходити пояснення цим відмінностям [Error! Reference source not found., с. 16].

В. І. Тернопільська (2005) розуміє *соціально-комунікативну культуру* учнів як таке інтегральне особистісне утворення, що характеризується засвоєнням культурних цінностей, норм, моделей поведінки прийнятих у соціумі і забезпечує можливість реалізації суб'єкт-суб'єктної взаємодії, адаптацію та самореалізацію особистості в існуючому суспільстві. Відсутність соціально-комунікативної культури, саме в юнацькому віці, призводить до труднощів у навчанні в освітньо-професійних закладах, і відповідно згодом до нездатності долучатися до активної та конкурентної участі у професійно-трудовій діяльності [87].

Історик О. Д. Паршакова (2014) розуміє КК студентів як молодіжну субкультуру, що тісно пов'язана з регіональною і загальнонаціональною культурою. Маються на увазі характерні ознаки соціальної поведінки в студентському середовищі (зокрема, споживання інформації, участь в суспільних дискусіях, світоглядні переконання, уподобання, ціннісні орієнтації, причини та способи вирішення конфліктів, тощо) [Error! Reference source not found.].

О. В. Папченко та Е. А. Помігуєва (2013) відзначають, що інтелектуально-компетентісні основи професіоналізму закладаються освітою, а культура фахівця розвивається завдяки практичному досвіду. Щоб мати узгоджені цілі і впроваджувати оригінальні творчі ідеї в діяльності, недостатньо лише орієнтуватися на актуальні потреби суспільства – потрібно розуміти закони та динамічність у розвитку конкретного соціуму, прогнозувати його майбутнє. Відповідно чим вище місце у професійній піраміді займає спеціаліст, тим істотніший є вплив прийнятих ним рішень на

дану організацію, спосіб та якість життя, освіти і ціннісні пріоритети. Це означає, що власної професійної компетентності фахівця може виявитися недостатньо, і відповідно необхідною є соціальна компетентність, яка є передумовою *професійної культури* фахівця [60; с. 3].

Увага дослідників щодо проблеми КК студентів зумовлена тим, що при адаптації до трудового колективу випускники закладів вищої освіти часто відчують складнощі в адаптації на робочому місці, засвоєнні норм і цінностей, прийнятих в організації. Як правило вони не готові працювати в команді, створювати міжособистісну комунікацію, відповідати за результати своєї праці та спільної діяльності, що негативно позначається на загальній ефективності роботи підприємства та відповідно його продуктивності. Під час освоєння корпоративної культури навчального закладу, студенти з часом набагато легше та швидше проходять професійну адаптацію в трудовому колективі, освоюючи особливості корпоративної культури нової для них організації [96; 13].

М. В. Іонцева (2006) зауважує, що ефективною КК університету можна вважати лише тоді, коли вона забезпечує вплив на структурні елементи особистості, які лежать в основі успішної професійної соціалізації студентів. «Серед багатьох цілей, які ставить перед собою вуз, обов'язковим є формування студента-випускника з високим ступенем готовності до професійної діяльності у сучасних ринкових умовах. Така готовність визначається високою соціальною та професійною адаптивністю» [**Error! Reference source not found.**]. Відповідно серед особистісних змін, найбільш значущими є показниками, що забезпечують успішність адаптації випускника до його професійної діяльності, дослідниця називає:

- ставлення до діяльності (привабливість навчання, майбутньої професії),
- структура цінностей, продуктивна для майбутньої фахової діяльності,
- структура мотивації з домінуванням внутрішніх спонукань до праці,

- ставлення до ЗВО та колективу: значущість тих відносин, які сформовані в організації, готовність у майбутньому мати стосунки з університетом, випускаючою кафедрою, викладачами, давати високу оцінку своєму вишу.

- доросла професійна позиція, адекватне сприйняття переваг і негараздів обраної професії.

Такі параметри можуть розглядатися як діагностичні виміри КК студентів. Важливими цілями, які мають досягатися за допомогою КК університету, є також швидкість та якість засвоєння знань, формування соціальної позиції студента, і відповідно певна задоволеність від самого процесу навчання та інших форм діяльності у ЗВО.

Основним фактором, що забезпечує вплив КК на розвиток особистості, є залученість студентів до навчально-професійної діяльності. Саме групові форми навчання та взаємодії мають можливість змінювати структуру мотивації, формувати у майбутнього фахівця ціннісні орієнтації. За умови ефективної діяльності системи внутрішньо-корпоративних зв'язків та інформування, забезпечується можливість побудови адекватної картини соціальної реальності, пов'язаної з майбутньою професійною діяльністю [Error! Reference source not found.]. Отже, КК університету можна застосовувати як ефективний інструмент у розвитку особистості студентів, який забезпечує їх професійну адаптацію і соціалізацію у суспільстві.

Дослідниця виділяє стадії перебування у ЗВО та певні типи студентів, які відрізняються один від одного структурою мотивації, ступенем інтеріоризації елементів КК та характером власного впливу на культуру навчального закладу.

1) Студент-адаптапт (першокурсник) має структуру мотивації, яка відрізняється від професійно адаптованої структури, не чітко уявляє цінності організації, правила та схвалені зразки поведінки, і, в цілому, має мало спільного з КК.

2) Студент середніх курсів є добре адаптований до вишу, але ще не адаптований до професії. У процесі навчання формуються не лише фахові знання та навички, а й особистісні структури: цінності, мотивація, тощо.

3) Студент-випускник, добре адаптований до ЗВО і майбутньої професійної діяльності, орієнтований більшою мірою не на навчання, а на працю (часто вже десь працює). Адаптація студентів старших курсів до майбутньої діяльності за спеціальністю передбачає включення у професійне середовище, формування відносин із членами профспільноти, професійними організаціями (за рахунок участі у конференціях, навчальної практики, роботу зі спеціальності), самовизначення в професії і пошук відповідної роботи.

Такі стадії має послідовно пройти студент у процесі професійної соціалізації. М. В. Іонцева зазначає, що описані типи є ідеальними; у реальності студент випускного курсу може залишатись адаптантом відповідно до представленої типології. Відповідно чим ефективнішою є корпоративна культура ЗВО, тим у навчальному закладі є менша частка студентів першого типу [**Error! Reference source not found.**]. Важливо пам'ятати, що взаємодія студентів з КК навчального закладу починається ще раніше – на етапі професійної орієнтації, коли абітурієнт знайомиться зі зовнішнім іміджем навчального закладу, формує позитивне ставлення та мотивацію до вступу саме в цей заклад освіти.

С. В. Ковалевський та Л. В. Кошева (2013) розглядають основу процесу формування КК студентів як діяльність з формування системи цінностей, яка декларується підприємством-роботодавцем та приймається молодим фахівцем. Відсутність у випускника вміння гармонійно поєднувати особисті якості з колективними цінностями, також сприймати принципи корпоративної культури роботодавця та відповідати їм із початку своєї трудової діяльності призводить до виникнення труднощів його адаптації до професійної діяльності в сучасних ринкових умовах [38].

Л. В. Кошева (2010, 2011) вивчала як впливає спортивна діяльність на формування корпоративної культури студентів технічних ЗВО. Важливою умовою професійної самореалізації особистості вчена вважає не тільки освоєння професійних завдань, але й характер їхньої взаємодії з існуючими принципами КК середовища. Тому, основна мета виховної роботи – *формування здатностей у випускників ЗВО відповідати корпоративній культурі організації-роботодавця*. Відповідно, в дослідженні показано, що система фізичного виховання (спорт вищих досягнень, систематичні вправи адаптаційної спрямованості) спроможна забезпечити формування особистісних якостей фахівця, зокрема її цільових настанов та ціннісних орієнтирів – тобто характерних ознак КК [42]. Серед корпоративних якостей випускників Л. В. Кошева досліджувала значення окремих ціннісних настанов, характер їх взаємозв'язків, що, на її думку, відображає здатність до адаптації у конкретному організаційному середовищі. Дослідниця зазначає, що найвищий ранг в ціннісній ієрархії студентів займає цінність «користь», яка впливає на формування інших цінностей і розглядається саме з позиції корпоративності – як основа власної ідентифікації з тією організацією де працює фахівець [43; 44].

В кандидатській дисертації І. В. Шамова (2017) досліджувався розвиток КК студентів в освітньому середовищі. Автор зазначає, що корпоративна культура є суттєвим елементом організаційного простору установи та займає важливу роль в процесі соціальної і професійної адаптації особистості. КК закладу вищої освіти містить динамічного сукупного носія, у ролі якого виступають не лише викладачі та співробітники, але й студенти. КК студентів характеризується *сукупністю ціннісних уявлень, правил, норм, зразків професійної поведінки і міжособистісного спілкування, які визнаються та підтримуються більшістю*. Вона виявляється в прийнятті студентами цінностей освітньої організації, посадової субординації, норм професійної етики і правил ділового етикету, а також у почутті гордості за приналежність до свого закладу, готовності та бажанні дотримуватися КК у

різних ситуаціях. Емпіричне дослідження, в якому прийняли участь студентів приватних і бюджетних університетів показало, що більшість молодих людей мають поверхневий рівень розвитку культури та недостатньо виражений інтересом до оволодіння нею із підтримання корпоративних цінностей [96].

Являють практичний інтерес компоненти освітнього середовища ЗВО, спрямовані на розвиток КК майбутніх фахівців (за І. В. Шамовим):

- просторово-семантичний, що включає архітектурно-естетичну організацію навчального простору (архітектура вузівської будівлі, просторова структура навчальних та рекреаційних приміщень, дизайн інтер'єру, та ін.), символічний простір вузу (традиції, герб, гімн, ритуали);

- змістовно-методичний, який включає концепції навчання і виховання, навчальний план та освітні програми, посібники та підручники, форми і методи організації освіти (в т.ч. нестандартні типи занять, конференції, творчі дискусії, екскурсії тощо), науково-дослідну та проектну діяльність студентів, дослідницькі товариства, структури групового та студентського самоврядування;

- комунікативно-організаційний, який включає суб'єктів освітнього середовища (статеві та національні особливості студентів та викладачів, їхні цінності, установки, стереотипи та ін.), комунікативну сферу (суб'єкт-суб'єктна взаємодія і соціальна щільність серед суб'єктів освіти та ін.), організаційно-креативні умови (особливості управлінської культури, також наявність творчих груп студентів та викладачів та ін.) [96; с. 11-12].

Схожий підхід представлений у працях К. А. Бровко (2017, 2020), присвячених педагогічним технологіям розвитку КК студентів. Освітнє середовище університету тлумачиться як сукупність матеріальних, економічних та духовно-моральних умов, що забезпечують самореалізацію, саморозвиток, самоорганізацію майбутнього фахівця. У цьому середовищі студент є суб'єктом власного професійного зростання і особистісного розвитку. Навчання дає змогу вдосконалити власні соціальні і професійні компетенції, підготуватись до ефективної діяльності у суспільстві, всебічно

реалізувати власний внутрішній потенціал. Значимою функцією культури університету є зміцнення соціального партнерства професорсько-викладацького складу і студентів, скоординоване об'єднання їхнього інтелектуального й духовного потенціалу [3-5].

Корпоративну культуру дослідниця зазначає як сукупність стратегічних цінностей, що підтримуються членами певної організації з метою досягнення спільної мети. КК виступає соціальним механізмом, який орієнтує індивіда до вирішення спільних завдань організації та сприяє мобілізації ініціативи і забезпечення ефективності взаємодії всіх членів даного колективу. Відповідно, КК особистості – *це таке інтегральне особистісне утворення, яке характеризує засвоєння індивідом норм, цінностей, моделей поведінки, прийнятих у певній організації* [5]. КК передбачає вироблення лінії поведінки, що визначатиме траєкторію діяльності суб'єкта у організаційному середовищі. К. А. Бровко зазначає, що компоненти КК студентів відповідають певним особистісним характеристикам: соціальній активності і готовності до взаємодії задля досягнення спільних цілей, комунікативності та вибудовуванні конструктивних відносин; креативності, мобільності поведінки (здатності до швидкої зміни стратегії із урахуванням обставин); емпатії, розуміння внутрішнього світу іншої людини; сформованості і стійкості соціально-моральних мотивів; толерантності щодо точки зору інших людей, відмінної від власної; вміння домовлятися. Означений широкий спектр різноманітних якостей, як ми вважаємо, розмиває бачення і розуміння КК особистості. Крім означеного, він не є універсальним щодо різних сфер діяльності та професій. У цьому контексті корисно пам'ятати про так звані «м'які навички» (soft skills), які розглядаються у сучасному менеджменті як запорука адаптивності і важливий компонент конкурентоспроможності спеціаліста: емоційний інтелект, самоорганізованість, стресостійкість, вміння аналізувати інформацію та інші якості, які не пов'язані з конкретною професією.

І В. Шамов (2017) і К. А. Бровко (2020) виділили компоненти сформованості КК у студентів, які відрізняються кількісно, але мають схожий зміст – табл. 2., дод. А. 3).

Окреслені компоненти КК становлять цілісну систему особистісного досвіду студента як суб'єкта життєвого самовизначення.

І. І. Сняданко (2014) зазначає, що організаційна культура студентської групи може здійснювати позитивний чи негативний вплив на кожного члена (залежно від того, які цінності і норми встановлені у групі) [73]. Студентська група розуміється як тимчасовий колектив, який має спільні цілі діяльності. В ній формується власна система цінностей, яка, у свою чергу, породжує норми поведінки і санкції. Наявність таких феноменів дає можливість аналізувати організаційну культуру студентської групи. Сторовно КК університету вона виступає як субкультура, яка формується під впливом формальних норм і цінностей, так і під дією неформальних, встановлених студентами норм, цілей, цінностей, правил та санкцій.

Крім того, студентська спільнота постійно знаходиться під дією молодіжної субкультури, їй притаманні всі психологічні трансформації цього віку: юнаки та юнки шукають сенс життя, кохання, друзів, самовизначаються та самостверджуються. Тому студенти, з одного боку, соціалізуються через молодіжну субкультуру, з іншого – через спільну навчальну діяльність у академічній групі. До структури культурних чинників підготовки майбутньої професійної діяльності входять також чинники, які пов'язані з забезпеченням умов для навчання: ресурсів університету (умов проживання в гуртожитку, забезпечення літературою, професійно-технологічним обладнанням, науково-дослідними лабораторіями, базами практики), ресурсів самого студента, його родини. Вагомий вплив на ефективність професійної і психологічної підготовки студентів мають викладачі ЗВО, тобто особливості навчально-пізнавальної взаємодії між студентами та їхніми викладачами. Підготовка майбутніх фахівців є досить цілеспрямованим процесом суб'єкт-суб'єктної взаємодії із науково-

педагогічними працівниками, що сприяє реалізації потенційних здібностей, особистісних і інтелектуальних можливостей студентів, спрямовує опанування ними професійних та соціальних компетенцій, самореалізації у майбутній професійній діяльності [73]. Крім перерахованих чинників соціокультурного середовища вимагає уваги ситуація 2019-2022, пов'язана з соціальним дистанціюванням та переходом навчання в онлайн-формат.

В роботі М. В. Станіславської (2016) розглянуто вплив організаційної культури на вибір майбутнього місця роботи. Пошук роботи є одним із елементів професійної соціалізації особистості, що засвідчує її суб'єктність. Кожен фахівець є носієм власних уявлень про організаційну культуру і прагне знайти відповідне середовище. Серед характеристик, що впливають на вибір місця роботи, важливу роль відіграють стать, вік, соціально-психологічні установки та ступінь задоволеності провідних потреб (напр., особи з незадоволеною потребою у безпеці прагнуть працювати в організаціях з сильною КК, що піклується про персонал та створює відчуття захищеності). При цьому КК має сприяти задоволенню не лише базових (матеріальних та безпекових) і соціальних, а й «вищих» потреб – у визнанні та самореалізації. Емпіричне дослідження показало, що сучасні спеціалісти шукають роботу, орієнтуючись переважно на продуктивні типи культури: позитивну психологічну атмосферу, демократичний стиль управління, можливості для командної роботи, тощо [79]. Ми вважаємо, що усвідомлений вибір майбутніми фахівцями організації відповідно до сформованих професійних компетенцій, власних психологічних особливостей, особистих цілей та цінностей, обумовлює подальший вплив КК на особистість – узгоджений, конструктивний або конфліктний, деструктивний. Це актуалізує необхідність усвідомлення КК особистості на етапі отримання професійної освіти.

Як показав аналіз літературних джерел, науковці з різних сфер активно вивчають корпоративну культуру особистості, і накопичили цінні емпіричні й теоретичні дані про її становлення, проте наявним концепціям не вистачає

системності та глибини в психологічному аспекті. У свою чергу, без належної теоретично-методологічної основи, розуміння сутності досліджуваного феномену, ці пошуки залишаються хаотичними. Відсутність єдиного уніфікованого й чіткого визначення робить неможливою операціоналізацію цього поняття в науковому дослідженні. Педагоги, які роблять це предметом свого дослідження, в якості методів вимірювання рівня розвинутої КК студентів використовують анкети, які кожен автор наповнює різним змістом залежно від власного бачення феномену КК. Запропоновані програми розвитку культури студентів, на жаль, часто не ґрунтуються на достовірних емпіричних дослідженнях, психологічних знаннях про природу цього явища та чинники, що на неї впливають.

З метою конкретизації характеристик особистості, обумовлених культурним середовищем нами були вивчені різноманітні, але дотичні між собою критерії, запропоновані такими дослідниками, як: Т. Parsons & E. Shils, 1951; F. Kluckhohn & F. Strodtbeck, 1961; A. Inkeles & D. Levinson, 1969; G. Hofstede, 1980; S. H. Schwartz, 1994; H. S. Triandis, 2004 та ін. Такі критерії відображають неоднозначність впорядкування складної реальності, яку представляє собою культура. На основі цих праць [157; 146; 141; 137; 167; 172] ми склали узагальнений список характеристик особистості, обумовлених культурним середовищем: самоусвідомлення в системі соціальних відносин (колективізм або індивідуалізм), ставлення до влади, підпорядкованість груповим нормам та правилам, схильність до консерватизму чи новаторства, ставлення до навколишнього середовища (збереження чи перетворення); спрямованість на діяльність і спосіб самоствердження; ступінь інтелектуальної автономії, схильність до задоволення або стримування афективних імпульсів, в т.ч. агресії; типові конфлікти та способи їх вирішення, розподіл соціальних та гендерних ролей, тощо.

Ураховуючи зазначені вище характеристики особистості, зумовлені корпоративною культурою, результати теоретичного аналізу, а також на

засадах принципів системного підходу нами були визначені компоненти КК майбутнього фахівця, корисні для операціоналізації в емпіричному дослідженні:

- глибинні (ядерні): сформованість професійної та організаційної ідентичності, світогляд, базові уявлення та когніції, система цінностей,
- регулятивні: уявлення про правильне та неправильне, форми самоконтролю як інтеріоризація колективних норм і санкцій, локус контролю, самодетермінація; структура навчальної та професійної мотивації,
- репрезентаційні: ефективність соціально-психологічної адаптації, спрямованість та характер комунікації на різних рівнях КК, задоволеність професійним самоздійсненням, самореалізованість.

Залежно від рівнів аналізу КК окреслені складові конкретизовані нами у аксіологічно-мотиваційному, гносеологічно-смісловому, діяльнісно-вчинковому, індивідуально-особистісному компонентах.

Аксіологічно-мотиваційний компонент корпоративної культури майбутніх фахівців можна визначити як комплекс взаємопов'язаних цінностей, ціннісно-цільових орієнтацій, що зумовлюють їх зацікавленість, позитивне ставлення до корпоративної культури, майбутньої професійної діяльності та самореалізації у цій сфері потреб, інтересів та мотивів. Корпоративні цінності та мотиви забезпечують групову ідентифікацію й здатність особистості відчувати власну причетність до діяльності організації. При цьому корпоративні цінності як засоби та цілі діяльності організації забезпечують її єдність та цілісність.

Гносеологічно-смісловий компонент корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю складається із системи знань: загальних професійних і специфічних знань про діяльність в економічній сфері, знань про корпоративну культуру, її мету, місію, принципи, правила, норми. У такій системі знань сконцентровані ключові корпоративні цінності, що визначають характер і мотиви навчально-професійної діяльності в умовах корпоративної культури.

Діяльнісно-вчинковий компонент охоплює систему вмінь і навичок корпоративного спілкування й діяльності, необхідних для вирішення навчально-професійних завдань майбутніх фахівців економічного профілю. При цьому слід зазначити, що власне у процесі формування відповідних навичок і вмінь відбувається становлення системи корпоративних цінностей. У такому контексті прийняття корпоративних цінностей означає визнання майбутніми фахівцями економічного профілю спеціальних норм поведінки, використання відповідних вмінь та навичок при виконанні завдань навчально-професійної діяльності. Цей компонент корпоративної культури охоплює систему вмінь і навичок, серед яких такі: уміння дотримуватись правил та норм корпоративної культури, аналізувати ситуацію і шляхи щодо її покращення відповідно до вимог корпоративної культури, встановлювати та підтримувати конструктивні відносини з іншими, уміння працювати в команді, адекватно застосовувати набуті знання в реальних професійних ситуаціях та здійснювати адекватну самооцінку сформованості корпоративної культури.

Індивідуально-особистісний компонент корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю характеризується сукупністю індивідуально-типологічних особливостей інтелектуальних, моральних, вольових, соціальних та інших рис особистості, які визначають індивідуальні відмінності корпоративної культури студентів.

Отже, узагальнення сучасних поглядів на психологічну структуру корпоративної культури надає можливість стверджувати, що: 1) вчені розглядали складові корпоративної культури на зовнішньому і внутрішньому рівнях. До зовнішнього рівня належить соціальне та фізичне оточення: артефакти, технологія, видимі моделі поведінки і спілкування, інтер'єр, одяг, мова тощо. До внутрішнього, прихованого, рівня корпоративної культури віднесені уявлення, цінності, переконання, особливості сприйняття навколишнього світу; 2) корпоративна культура майбутніх фахівців як процес та результат засвоєння та трансляції досвіду корпоративного

спілкування й діяльності забезпечує повноцінне функціонування ЗВО та життєдіяльність суб'єктів навчально-професійної діяльності; 3) корпоративна культура як цілісна система, що впливає на організацію навчально-професійної діяльності ЗВО та результати такої діяльності, може складатися з певного набору сформованих засобів розв'язання реальних проблем чи особливостей суб'єктів навчально-професійної діяльності ЗВО та включає аксіологічно-мотиваційний, гносеологічно-смісловий, діяльнісно-вчинковий, індивідуально-особистісний компоненти.

1. 3. Чинники становлення корпоративної культури майбутніх фахівців

Перш ніж перейдемо до теоретичного обґрунтування психологічних чинників становлення корпоративної культури майбутніх фахівців в контексті культурно-психологічних досліджень, необхідно зазначити, що чинник, традиційно розглядається як важлива обставина в будь-якому процесі чи явищі; є тією рушійною силою процесу, що визначає його особливість чи деякі його властивості. Зокрема, О. М. Ігнатович серед чинників розвитку культури визначила такі, як: 1) гендерно-вікові чинники, що зумовлюють індивідуальні відмінності структури культури і особливості міжструктурних зв'язків її компонентів; 2) освітньо-професійні чинники (освіта та фах) – становлять професійний аспект культури особистості, є своєрідним каталізатором, що посилює та спрямовує виявлення індивідуальних відмінностей пізнавальних процесів, характерологічних та діяльнісно важливих якостей, ціннісних ставлень, смислів особистості; 3) афективно-когнітивні чинники (сила та рухливість нервово-психічної діяльності; пізнавальні та інтелектуальні функції) – характеризують своєрідність мислення та інтелектуальної діяльності; ціннісно-орієнтувальні чинники (цінності та смисли), що зумовлюють аксіологізацію культури (Ihnatovych, 2018) [141]. У такому контексті психологічні чинники, до яких

відносяться особистісні (цінності, установки, смисли, мотиви), когнітивні (процеси пам'яті, уваги, мислення), афективні (процеси переживання, способи емоційного реагування), поведінкові (поведінкові реакції, навички, стратегії) утворюють цілісну систему впливу культури на розвиток особистості.

Психологічні чинники розвитку власне корпоративної культури досліджували у своїх наукових працях зарубіжні (Д. Болінже, Г. Лейн, У. Оучі) та вітчизняні (Л. Карамушка, Л. Орбан-Лембрик) дослідники. В. Івкін, Л. Карамушка, В. Лагодзінська, К. Терещенко вивчали особливості та умови розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців, [8, с. 9-15]. Зокрема, на основі підходу Л.М. Карамушки [8] було визначено такі детермінанти розвитку організаційної культури, як: а) макрорівня (обумовлені особливостями розвитку суспільства й освітньої галузі); б) мезорівня (обумовлені особливостями розвитку освітньої організації); в) мікрорівня (обумовлені особливостями діяльності та поведінки учасників освітнього процесу).

Аналізуючи наукові погляди В. Третьяченка, можемо зазначити, що особливістю структури корпоративної культури майбутніх фахівців є те, що студенти є колективними суб'єктами організації, які навчаються в закладах вищої освіти терміном 5 років, а потім завершують навчання і залишають цей заклад. І хоча бувають випадки, коли студент залишається працювати в стінах свого закладу, але він уже має інший статус [17].

Саме тому варто зауважити, що за цей незначний термін майбутні фахівці мають оволодіти корпоративною культурою, щоб бути її носіями за межами рідного університету. Для опанування корпоративної культури майбутніми фахівцями викладачі мають брати до уваги не лише термін навчання, але й особливості формування певного виду корпоративної культури в студентів. Як відомо, корпоративна культура в майбутніх фахівців розвивається в закладі вищої освіти як субкультура, подібна чи відмінна до основної корпоративної культури закладу.

Майбутні фахівці постійно вносять щось нове, індивідуальне до структури та змісту наявної корпоративної культури закладу вищої освіти. З одного боку, це стає джерелом модернізації, з іншої – фруструє всю систему культури установи. Саме тому необхідно, щоб корпоративна культура в майбутніх фахівців розвивалася подібно до основної.

З метою підвищення результативності функціонування закладу вищої освіти для успішного конкурування молодих фахівців на ринку праці передусім необхідно говорити про отримання випускниками якісних продуктивних знань, умінь та практичних навичок. Проте у зв'язку з високим рівнем конкуренції варто внести певні корективи стосовно потреби в оптимізації загального культурного рівня майбутніх фахівців як важливого доповнення до традиційних знань, умінь та навичок.

Тобто якщо майбутній фахівець має високий рівень здобутих знань, практичних навичок за фахом, але нездатний пристосуватися до норм та правил поведінки в закладі вищої освіти, не в змозі оволодіти корпоративною культурою своєї установи, не відчуває єдності з іншими студентами, науково-педагогічними працівниками, то його шанси на успішне працевлаштування знижуються. Після завершення навчання кожен студент поширює в суспільстві відповідну корпоративну поведінку.

Корпоративній культурі майбутніх фахівців притаманні всі особливості базової культури організації. Відмінність може бути виражена настільки, наскільки результативно відбувається оволодіння основними компонентами корпоративної культури закладу вищої освіти (ЗВО) студентами.

Необхідно зазначити, що процес інтеріоризації та екстеріоризації здійснюється на постійній основі. Відповідно, окремий їх розгляд має умовну метафоричну особливість. Це здійснюється для того, щоб визначити головні напрями впливу на корпоративну поведінку особистості в установі та внутрішні особистісні структурні складові, які стають основою для розвитку корпоративної культури.

Студенти, які вступили до закладу вищої освіти (ЗВО), мають оволодіти панівною системою вимог, правил та умов навчання з метою отримання успішного результату. Майбутній фахівець у процесі адаптації до освітньої діяльності зіштовхується з нормами та правилами поведінки, із панівними дисциплінарними обмеження, системою заохочень та покарань, сукупністю комунікативних зв'язків, які входять до переліку елементів корпоративної культури.

Отже, розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців здійснюється за допомогою основних механізмів, зокрема зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції.

Українські науковці Л. М. Карамушка, Г. В. Ложкін, Л. Е. Орбан-Лембрик виділяють три основні рівні аналізу організаційної культури: макрорівень (рівень суспільства) – географічне розташування, вигляд будівлі, символіка, зв'язки з громадськістю, імідж організації, якість послуг чи продукції, національні риси культури організації; мезорівень (рівень установи) – зовнішній вигляд робітників, обладнання приміщень, засоби роботи, організаційний клімат, комунікативні процеси, норми поведінки, місія та цілі організації; мікрорівень (рівень особистості) – процедури прийому до організації та виходу з неї, система заохочень та санкцій, мотивація діяльності, колективістська ідентифікація, цінності [8]. Усі зазначені рівні є взаємозалежними й кожний має вплив на її змістову якість. Кожен із рівнів має відповідні чинники формування культури організації (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Чинники розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців

Рівні аналізу КК	Зовнішні чинники	Внутрішні чинники
Рівень суспільства	- специфіка національної культури, культури певного регіону; - особливості соціально-політичного та економічного розвитку держави;	- сукупність цінностей та норм поведінки; - віковий діапазон, стать, психологічні та фізіологічні якості особистості;

	- вимоги сучасного ринку до фахівців; - законодавчий стан вищої освіти в країні.	- потреба в приналежності до певної соціальної групи.
Рівень установи	- стратегія та місія закладу. - зосередження уваги керівного складу на роботі організації; - матеріальне забезпечення закладу вищої освіти; - динаміка змін відповідно до потреб сучасного ринку.	- мотивація до навчання впродовж життя; - зацікавленість та мотивація до навчання в конкретному закладі вищої освіти; - процеси у студентській академічній групі; - індивідуальна ідентифікація.
Рівень розвитку особистості	- чітко визначена структура комунікативних зв'язків; - психологічний клімат групи; - належні умови для реалізації навчання та відпочинку; - дисциплінарна відповідальність.	- комплекс найважливіших потреб; - здатність до конформізму; - відчуття впевненості у власних силах; - привабливість корпоративної культури закладу вищої освіти.

Корпоративна культура майбутніх фахівців виявляється в актуальності смислових систем, що визначають добровільне прийняття місії, цінностей, традицій і правил ЗВО, регулюють поведінку, діяльність, спілкування суб'єктів навчально-професійної діяльності. Відповідно до результатів аналітичного огляду проблеми дисертаційного дослідження можемо констатувати думку багатьох дослідників, що на становлення корпоративної культури впливають різні психологічні чинники, при цьому особливу функцію виконує механізм інтеріо-екстеріоризації, коли корпоративні зовнішні умови внаслідок їх прийняття та засвоєння стають внутрішніми та розгортаються в діяльності та спілкуванні.

Узагальнюючи результати виконання завдання цього підрозділу дисертаційної роботи констатуємо те, що серед зовнішніх (власне соціальних) чинників становлення КК майбутніх фахівців в процесі навчання у ЗВО провідним вважається вплив освітнього середовища, який у свою чергу, відображає особливості національної, економічної, правової

професійної та інших культур вищого порядку. Серед внутрішніх (власне психологічних) чинників, що визначають вплив КК університету на особистість студента, слід відзначити суб'єктність та сформований на попередніх життєвих етапах рівень власної психологічної культури.

В процесі теоретичного обґрунтування з кожним з рівнів аналізу КК (рівні суспільства, установи, розвитку особистості) нами були узгоджені відповідні зовнішні та внутрішні чинники. До зовнішніх (соціальних) чинників КК на рівні суспільства нами віднесені такі, як: специфіка національної культури, культури певного регіону; особливості соціально-політичного та економічного розвитку держави; вимоги сучасного ринку до фахівців; законодавчий стан вищої освіти в країні. У якості внутрішніх (психологічних) чинників КК на рівні суспільства розглядаємо такі, як: сукупність цінностей та норм поведінки; віковий діапазон, стать, психологічні та фізіологічні якості особистості; потреба в приналежності до певної соціальної групи.

Як зовнішні (соціальні) чинники КК на рівні установи нами означені: чітко визначена структура комунікативних зв'язків; психологічний клімат групи; належні умови для реалізації навчання та відпочинку; дисциплінарна відповідальність. Як внутрішні (психологічні) чинники КК на рівні нами окреслені: мотивація до навчання впродовж життя; зацікавленість та мотивація до навчання в конкретному закладі вищої освіти; процеси у студентській академічній групі; індивідуальна ідентифікація.

З рівнем розвитку особистості також узгоджені як зовнішні - соціальні (чітко визначена структура комунікативних зв'язків; психологічний клімат групи; належні умови для реалізації навчання та відпочинку; дисциплінарна відповідальність), так і внутрішні - психологічні (комплекс найважливіших потреб; здатність до конформізму; відчуття впевненості у власних силах; привабливість корпоративної культури закладу вищої освіти) чинники.

Окреслені чинники класифіковані нами відповідно рівнів аналізу та стадій становлення КК у майбутніх фахівців, як: мотиваційно-ціннісні (тип,

структура, місія, цілі, загальні правила і традиції, історія становлення й розвитку, якість внутрішніх комунікацій, тип управління ЗВО, на основі яких формується система цінностей та мотивів КК майбутніх фахівців); пізнавально-сміслові (привабливість корпоративної культури, сила та рівень корпоративної культури, що зумовлюють становлення системи ключових компетентностей, спеціально структурований комплекс здібностей, якостей, що складають зміст освітнього стандарту ЗВО та надають можливість ефективного розвитку КК особистості майбутнього фахівця); діяльнісно-вчинкові (корпоративна атмосфера ЗВО, психологічна атмосфера групи, готовність до корпоративного спілкування й діяльності); емоційно-вольові (самоконтроль, самостійність, активність, саморегуляція емоцій).

Висновки до першого розділу

За результатами теоретичного аналізу міждисциплінарних досліджень конкретизоване поняття корпоративної культури; теоретично обґрунтовано психологічну структуру та психологічні чинники становлення корпоративної культури майбутніх фахівців.

У змісті цієї дисертаційної роботи корпоративну культуру майбутніх фахівців розглядаємо як систему корпоративних цінностей, традицій, норм і зразків поведінки, яку поділяють всі суб'єкти навчально-виховного процесу, що визначає їх дії та взаємодію в освітньому середовищі вищого навчального закладу та майбутньому професійному середовищі.

Узагальнення сучасних поглядів на психологічну структуру корпоративної культури надає можливість стверджувати, що: 1) вчені розглядали складові корпоративної культури на зовнішньому і внутрішньому рівнях. До зовнішнього рівня належить соціальне та фізичне оточення: артефакти, технологія, видимі моделі поведінки і спілкування, інтер'єр, одяг, мова тощо. До внутрішнього, прихованого, рівня корпоративної культури віднесені уявлення, цінності, переконання, особливості сприйняття навколишнього світу; 2) корпоративна культура майбутніх фахівців як

процес та результат засвоєння та трансляції досліду корпоративного спілкування й діяльності забезпечує повноцінне функціонування ЗВО та життєдіяльність суб'єктів навчально-професійної діяльності; 3) корпоративна культура як цілісна система, що впливає на організацію навчально-професійної діяльності ЗВО та результати такої діяльності, може складатися з набору сформованих засобів розв'язання реальних проблем чи особливостей суб'єктів навчально-професійної діяльності ЗВО та включає аксіологічно-мотиваційний, гносеологічно-смісловий, діяльнісно-вчинковий, індивідуально-особистісний компоненти.

Аксіологічно-мотиваційний компонент корпоративної культури майбутніх фахівців можна визначити як комплекс взаємопов'язаних цінностей, ціннісно-цільових орієнтацій, що зумовлюють їх зацікавленість, позитивне ставлення до корпоративної культури, майбутньої професійної діяльності та самореалізації у цій сфері потреб, інтересів та мотивів. Корпоративні цінності та мотиви забезпечують групову ідентифікацію й здатність особистості відчувати власну причетність до діяльності організації. При цьому корпоративні цінності як засоби та цілі діяльності організації забезпечують її єдність та цілісність.

Гносеологічно-смісловий компонент корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю складається із системи знань: загальних професійних і специфічних знань про діяльність в економічній сфері, знань про корпоративну культуру, її мету, місію, принципи, правила, норми. У такій системі знань сконцентровані ключові корпоративні цінності, що визначають характер і мотиви навчально-професійної діяльності в умовах корпоративної культури.

Діяльнісно-вчинковий компонент охоплює систему вмінь і навичок корпоративного спілкування й діяльності, необхідних для вирішення навчально-професійних завдань майбутніх фахівців економічного профілю. При цьому слід зазначити, що власне у процесі формування відповідних навичок і вмінь відбувається становлення системи корпоративних цінностей.

У такому контексті прийняття корпоративних цінностей означає визнання майбутніми фахівцями економічного профілю спеціальних норм поведінки, використання відповідних вмінь та навичок при виконанні завдань навчально-професійної діяльності. Цей компонент корпоративної культури охоплює систему вмінь і навичок, серед яких такі: уміння дотримуватись правил та норм корпоративної культури, аналізувати ситуацію і шляхи щодо її покращення відповідно до вимог корпоративної культури, встановлювати та підтримувати конструктивні відносини з іншими, уміння працювати в команді, адекватно застосовувати набуті знання в реальних професійних ситуаціях та здійснювати адекватну самооцінку сформованості корпоративної культури.

Індивідуально-особистісний компонент корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю характеризується сукупністю індивідуально-типологічних особливостей інтелектуальних, моральних, вольових, соціальних та інших рис особистості, які визначають індивідуальні відмінності корпоративної культури студентів.

За результатами теоретичного обґрунтування чинники розвитку корпоративної культури класифіковані нами відповідно рівнів аналізу та стадій становлення КК у майбутніх фахівців, як: мотиваційно-ціннісні (тип, структура, місія, цілі, загальні правила і традиції, історія становлення й розвитку, якість внутрішніх комунікацій, тип управління ЗВО, на основі яких формується система цінностей та мотивів КК майбутніх фахівців); пізнавально-сміслові (привабливість корпоративної культури, сила та рівень корпоративної культури, що зумовлюють становлення системи ключових компетентностей, спеціально структурований комплекс здібностей, якостей, що складають зміст освітнього стандарту ЗВО та надають можливість ефективного розвитку КК особистості майбутнього фахівця); діяльнісно-вчинкові (корпоративна атмосфера ЗВО, психологічна атмосфера групи, готовність до корпоративного спілкування й діяльності); емоційно-вольові (самоконтроль, самостійність, активність, саморегуляція емоцій).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ У РОЗДІЛІ 1

1. Агієнко І. В. Соціально-філософський аналіз моделей формування особистості як суб'єкта культури: автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03. Дніпропетровськ. 1998. 20 с.
2. Білорус Т. В. Організаційна культура. Міждисциплінарний словник з менеджменту. К. : Нічлава, 2011. 41–42.
3. Бондарчук О. І. Соціально-психологічні основи особистісного розвитку керівників загальноосвітніх навчальних закладів у професійній діяльності: монографія. К. : Наук. Світ. 2008. 318.
4. Бровко К. А. Змістові характеристики корпоративної культури студентів університету. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2020. Том 2. № 69. 42-46. DOI <https://doi.org/10.32840/1992-5786.2020.69-2.7>
5. Бровко К. А. Освітнє середовище університету як чинник формування корпоративної культури студентської молоді. *Інженерні та освітні технології*. 2017. № 3(19). 90-96. URL : <http://eetecs.kdu.edu.ua>
6. Бровко К. Феномен корпоративної культури особистості в контексті освітологічних знань. *Освітологічний дискурс/ 2017/ № 3-4 (18-19)*. 213.
7. Винославська О. В., Малигіна М. П. Людські стосунки: Навчальний посібник. 2-е вид. перероб. і доповн. К.: Центр навчальної літератури. 2006. 142.
8. Гнезділова К. М. Корпоративна культура викладача вищої школи: навч.-метод. посібник. Черкаси: ЧНУ імені Богдана Хмельницького. 2013. 124.
9. Гірц К. Інтерпретація культур: вибрані есе. пер. с англ. Н. Комарова. Київ Дух і Літера, 2001. 542 с.
10. Данилюк І. I pede fausto – факультет психології. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2018. Том 1 № 8. 21-26. URL : <https://bpsy.knu.ua/index.php/psychology/issue/view/7>

11. Данилюк І. В. Мова як чинник згуртованості групового «Ми». *Соціальна психологія*. 2008. Том 1, вип. 27. 60-67.
12. Дмитренко М. Й. Інституціалізація соціальних відносин як умова буття корпоративної культури. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. *Філософія. Психологія. Педагогіка*. 2012. № 2. 31-36. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKPI_fpp_2012_2_5
13. Дмитренко М. Й. Особистісний потенціал корпоративної культури. *Вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. *Філософія. Психологія. Педагогіка*. 2011. № 3. С. 18-23. http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKPI_fpp_2011_3_3
14. Дмитренко М. Й. Корпоративна культура та її екзистенціональний смисл. *Грані*. 2014. № 9. 27-32. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2014_9_7
15. Карамушка Л. М., Сняданко І. І. Психологія організаційної культури (на матеріалі промислових підприємств): навч. посіб. Київ, Львів: Край. 2010. 212.
16. Карамушка Л. М. Організаційна культура освітніх організацій: зв'язок між рівнем розвитку та чинниками мезо- та мікрорівня. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2015. № 1. С. 11-33
17. Коломінський Н. Л., Львовичкіна А. М. Етнопсихологія українців. *Україна на зламі тисячоліть: Історичний екскурс, проблеми, тенденції та перспективи* / заг. ред. Г.В. Щокіна, М.Ф. Головатого. К.: МАУП, 2000. 59-76.
18. Креденцер О. В. Інноваційність як важлива психологічна характеристика підприємницької поведінки менеджерів освітніх організацій в контексті організаційного розвитку. *Актуальні проблеми психології*. Том. 1: Організаційна психологія. Економічна

- психологія. Соціальна психологія. Ч. 29. К. : Вид-во «А.С.К.». 2011. 70–78.
19. Ломов Б. Ф. Методологічні та теоретичні проблеми психології. М.: Наукаю 1984. 92 – 101.
 20. Маркович І.Б. Розкриття сутності поняття трансформації економічного простору в системі категорій розвитку національної економіки. Економіка розвитку. 2014. № 2. С. 77-81.
 21. Наконечна Н. В. Організаційна культура як соціально-психологічне явище. Вісник післядипломної освіти ДВНЗ «Університет менеджменту освіти». К., 2015. 111–122.
 22. Огнев'юк В. О. Інвестиції у людський акме-капітал – шлях України до процвітання. *Сучасні акмеологічні дослідження: теоретико-методологічні та прикладні аспекти* : моногр. К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2016. 912. URL : <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/18791/>
 23. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: підручник: У 2 кн. Кн. 1: Соціальна психологія особистості і спілкування. Київ : Либідь. 2004. 576.
 24. Петрова І. Л. Зміни корпоративної культури як імператив організаційного розвитку. *Вісник Прикарпатського університету, серія «Економіка»*. Вип. 10. Івано-Франківськ: ПНУ, 2014. 76–79.
 25. Папуча М., Наконечна М. Культурно-історична теорія та методологія Л. С. Виготського. Психологія особистості. Т.10. №1. 2019. 22-29
 26. Потебня О. Мова. Національність. Денаціоналізація: статті і фрагменти / упоряд. Ю. Шевельов. Нью-Йорк : Українська вільна академія наук у США, 1992. 155.
 27. Радул В. В. Особливості професійної соціалізації особистості. Науковий вісник МДУ імені В.О. Сухомлинського. Миколаїв. 2009. Вип. 33. 66 -70.

28. Синицька О. І. Корпоративна культура: типологізація, функції та критерії забезпечення у формуванні соціально-трудових відносин на ринку праці України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Вип. 5. ч. 3. Херсон: 2014. 255 – 261.
29. Сняданко І. І. Психологічні засади підготовки студентів технічних університетів до професійно-управлінської діяльності: автореф. дис. ... доктора психол. наук: 19.00.10 – організаційна психологія; економічна психологія. Київ : Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2017. 43.
30. Сняданко І. І. Чинники організаційної культури студентської групи в контексті психологічної підготовки студентів до майбутньої професійно-управлінської діяльності. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Психологічні науки*. 2014. Вип. 121(2). 155-159.
[http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuPH_2014_121\(2\)_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuPH_2014_121(2)_34)
31. Соціологія: словник термінів і понять [за заг. ред. Є.А. Біленького, М.А. Козловця]. Київ : Кондор. 2006. 372.
32. Ставицький Г. А. Теоретичний аналіз проблеми етнічної самосвідомості як провідної ознаки етносу. *Етнічна самосвідомість та міжетнічна взаємодія в сучасному світі* : зб. наук. праць [за ред. С. Б. Кузікової]. Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 77-82.
33. Станіславська М. В. Організаційна культура як чинник вибору особистістю майбутнього місця роботи : автореф. дис. ... канд. психол. наук ; спеціальність 19.00.10 – організаційна психологія; економічна психологія. Київ : Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України. 2016. 25.
34. Субкультурна варіативність українського соціуму / НАН України, Інститутсоціології; Л. О. Аза, І. Е. Бекешкіна, О. І. Вишняк та ін.; за

- ред. Н. В. Костенко, А. О. Ручки. Київ: Ін-т соціології НАН України; ТОВ «Поліграфічний центр «Фоліант», 2010. 288 с.
35. Суспільна трансформація; концептуалізація, тенденції, український досвід / за ред. В. В. Танчера, В. П. Степаненка. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2004. 244 с.
36. Татенко В. О. Феномен соціалізації в контексті суб'єктно-вчинкового підходу. *Педагогіка і психологія. Вісник НАПН України*. 2015. Вип. 3(88). 44-52.
37. Тернопільська В. І. Довідник з виховної роботи зі студентами: навч. посібник. Тернопіль: Богдан. 2014. 184.
38. Тернопільська В. І. Культура особистості школяра: постановка проблеми. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2005. № 24. 130-133. URL : <http://eprints.zu.edu.ua/2629/>
39. Титаренко Т. М. Життєвий світ особистості: у межах і за межами буденності. Київ : Либідь. 2003. 376.
40. Третьяченко В. В. Колективні суб'єкти управління: формування, розвиток та психологічна підготовка. К. : Стилос. 1997. 585.
41. Філософський енциклопедичний словник. НАН України, Ін-т філософії імені Г. Сковороди. [Гол. редкол. В. І. Шинкарук]. Київ: Абрис, 2002. 742.
42. Фудерер Т. Проблема мовної стратифікації суспільства в сучасній соціолінгвістиці. *Українська мова*. 2015. № 1. 60-70. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukrm_2015_1_6
43. Хоменська І. Чому мова є носієм нематеріальної культурної спадщини? *Проект «Автентична Україна»*. URL: <https://authenticukraine.com.ua/blog/comu-mova-e-nosiem-nematerialnoi-kulturnoi-spadsini>
44. Ціннісні орієнтири навчально-виховного процесу у позашкільних навчальних закладів: метод. посіб. [А. Е. Бойко, А. В. Корнієнко,

- О. В. Литовченко, О. І. Любич; за ред. В. В. Мачуського; Ін-т проблем виховання НАПН України]. К.: Артеміда принт. 2017. 272.
45. Юнг К. Г. Архетипи і колективне несвідоме [пер. з нім. К. Котюк; наук. ред. О. Фешовець]. Львів: Астролябія, 2018. 608.
 46. Adkins, B., & Caldwell, D. Firm or subgroup culture: Where does fitting in matter most? *Journal of Organizational Behavior*. 2004. 25(8). 969–978. <https://doi.org/10.1002/job.291>
 47. Allen R. A tool for tapping the organizational unconscious. *Personnel Journal*/ 1980. 192 – 199.
 48. Armstrong M. Strategic human resource management: a guide to action. 4th ed. London and Philadelphia : Kogan Page. 2008. 257. https://www.usb.ac.ir/FileStaff/5912_2018-10-6-18-43-1.pdf
 49. Bellotto M. The psychosocial diagnosis of organizational culture. *Quaderni di Psicologia del Lavoro*. Vol. 5. Feelings work in Europe [Ed. by F. Avallone, J. Arnold, K. De Witte]. Milano : Guerini Studio. 1997. 60 – 66.
 50. Blake R. R. and Mouton J. S. The Managerial Grid: Key Orientations for Achieving Production Through People. Gulf Publishing Company, Houston. 1968.
 51. Blau P.M. Formal organizations. San Francisco: Chandler.1962. 312p.
 52. Bohm D.. On Dialogue. Ojai, CA: David Bohm Seminars. 1990.41.
 53. Buerkel-Rothfuss Nancy. Communication Competencies and Contexts. Nancy Buerkel-Rothfuss. New York: Random House. 1985. 365.
 54. Carmeli A. & Tishler A. Resources, capabilities, and the performance of industrial firms: A multivariate analysis. *Managerial and Decision Economics*, 2004. 25(6-7). 299-315. <https://doi.org/10.1002/mde.1192>
 55. Cole M. Cultural psychology: A once and future discipline. Harvard University Press. 1996. 400.
 56. Constantine L. L. Fitting intervention to organizational paradigm. *Organization Development Journal*. 1991. Vol. 9(2). 41 – 50.

57. Cooke R. A. Organizational Culture Inventory (Form I). Plymouth : Human Synergistics. 1983. 522 – 542.
58. Culture: concept in social sciences. *Encyclopaedia Britannica*. 2021. URL : <https://www.britannica.com/topic/culture>
59. Deal T. E., Kennedy A. A. Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life. Addison-Wesley Publishing Company. 1982. 232.
60. Denison D. R.. Corporate culture and organizational effectiveness. New York, NY: Wiley.1990.
61. Denison D. R., Haaland S. and Goelzer P. Corporate Culture and Organizational Effectiveness: Is Asia Different from the Rest of the World? *Organizational Dynamics*. 33. 2004. 98-109. DOI: 10.1016/j.orgdyn.2003.11.008
62. DuBrin A. J. The Complete Idiot's Guide to Leadership. Alpha Books: New York. 1998. 267.
63. Dunn W. N. The policy gnd: A cogmtine methodology for assensing policy dynamics. Policy analysis: Perspectives, concepts, and methods. Greenwich: Connecticut. 1986. 204 – 223.
64. Earley P. C. East Meets West Meets Mideast: Further Explorations of Collectivistic and Individualistic Work Groups. *The Academy of Management Journal*. 1993.36 (2). 319-334. <https://doi.org/10.2307/256525>
65. Eldridge J. & Crombie A. A sociology of organization. London: Allen & Unwin. 1974. 218.
66. Etzioni A. Modern organizations. Englewood Cliffs New Jersy. 1964. 7-8
67. Flamholtz E. G. & Kannan-Narasimhan R. Differential Impact of Cultural Elements on Financial Performance. *European Management Journal*. 2005. 23(1), 50-64. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2004.12.009>
68. Flamholtz E. Conceptualizing and measuring the economic value of human capital of the third kind: Corporate culture, *Journal of Human*

- Resource Costing & Accounting*. 2005. Vol. 9 No. 2. 78-93.
<https://doi.org/10.1108/14013380510645360>
69. Furnham A. Gunter B. *Corporate Assessment. Auditing a Company's Personality*. London and New York: Routledge. 1993. 293.
 70. Gardner H. *Frames of mind: The theory of multiple intelligences*. New York: Basic Books. 1993. 304 p.
 71. Gold K. A. *Managing for Success: A comparison of the private and public sectors*. *Public Administration Review*. 1982. 42(6). 568-575.
doi.org/10.2307/976127
 72. Hamburger H. *Games as Models of Social Phenomena* San Francisco: W.H. Freeman. 1979. 210.
 73. Hatch M. J. *The Dynamics of Organizational Culture*. *Academy of Management Review*. 1993. 657 – 693.
 74. Hofstede G. *Culture's Consequences : Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organisations Across Nations*. 2-nd ed. Thousand Oaks, CA : Sage, 2001. 596 p.
 75. Hofstede G. *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. 1980. Beverly Hills CA: Sage. 474.
 76. Hofstede G. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. 1991. London UK: McGraw-Hill. 279.
 77. Hofstede G. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. 2nd ed. 2001. Thousand Oaks CA : Sage. 616.
 78. Hofstede G. *Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context*. *Online Readings in Psychology and Culture* 2011. 2(1).
<https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>
 79. Hofstede G., Hofstede G. J. & Minkov M. *Cultures and Organizations: Software of the Mind (Rev. 3 rd ed.)*. 2010. NY : McGraw-Hill. 576 .
 80. Hartnell C. A., Ou A. Y. & Kinicki A. *Organizational culture and organizational effectiveness: A meta-analytic investigation of the*

- competing values framework's theoretical suppositions. *Journal of Applied Psychology*. 2011. 96(4), 677–694.
<https://doi.org/10.1037/a0021987>
81. Harris M. *The Rise of Anthropological Theory*. New York : Crowell. 1968. 806 p.
 82. Harris P. R. *Managing Cultural Differences: Leadership Strategies for a New World of Business*. Houston, TX: Gulf. 1996. 274 p.
 83. House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W. & Gupta, V. *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*. Thousand Oaks: Sage Publications. 2004. 818.
 84. Huff R. Organizational culture. *Encyclopaedia Britannica*. 2021. URL : <https://www.britannica.com/topic/organizational-culture>
 85. Ihnatovych O. Psychological and technological aspects of development of special innovational culture of pedagogical workers. *Psychological journal*, 4(4). 2018. 68–85. <https://doi.org/10.31108/2018vol14iss4pp68-85>
 86. Inkeles A. & Levinson D. J. National character: The study of modal personality and sociocultural systems. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *The Handbook of Social Psychology*. IV. New York: McGraw-Hill 1969. 418-506.
 87. Jaques E. *The Changing Culture of a Factory*. New York : The Dryden Press. 1952. 341.
 88. Jaques E. *The changing culture of a factory*. London: Tavistock Institute, 1951. 288.
 89. Karamushka L., Tereshchenko K., Kredentser O., Lazos G. Karamushka T. Relationship between job-related tension, negative affect at work and organizational culture. *Social Welfare: Interdisciplinary Approach*, 2(9). 2019. 18-28. DOI: 10.21277/sw.v2i9.499

90. Keith K. D. Psychology and Culture. *Cross-Cultural Psychology: Contemporary Themes and Perspectives*. 2nd Edition. John Wiley & Sons Ltd. 2019. 3-22 <https://doi.org/10.1002/9781119519348.ch1>
91. Kluckhohn F. R. & Strodtbeck F. L. Variations in value orientations. EvanstonIllinois: Row Peterson. 1961. 437.
92. Kroeber, A. L. (1917). The Superorganic. *American Anthropologist*, 19(2), 163–213. <https://doi.org/10.1525/aa.1917.19.2.02a00010>
93. Kroeber A. L. & Kluckhohn C. Culture: a Critical Review of Concepts and Difinitions. Papers. Peabody Museum of Archaeology & Ethnology, Harvard University. 47(1). VIII. 1952. 223.
94. Maslow A. Self-actualizing and Beyond. Challenges of Humanistic Psychology. N.Y. 1967. 138 – 147.
95. Mitichkina O. O. Czynniki społeczno-psychologiczne kultury organizacyjnej w zarządzaniu personelem organizacji. Problemy zarządzania kapitałem ludzkim – wyzwania społeczności. Warszawa: TECHTRADING, 2010. 128 – 141.
96. McCrae R. R., Costa P. T., Martin T. A., Oryol V. E., Rukavishnikov A. A. et al. Consensual validation of personality traits across cultures. *Journal of Research in Personality*. 38(2). 2004.179–201. DOI: 10.1016/S0092-6566(03)00056-4
97. O'Neil D. Human Culture: An Introduction to the Characteristics of Culture and the Methods used by Anthropologists to Study It. San Marcos, CL : Palomar College. 2012. URL: <https://www2.palomar.edu/anthro/culture/Default.htm>
98. Onken H. M. Temporal Elements of Organizational Culture and Impact of Firm Performance. *Journal of Managerial Psychology*. 1999. Vol. 13. № 3/4. 231 – 243.

99. O'Reilly C. A. People and organizational culture: A Q-sort approach to assessing person-organization fit. *Academy of Management Journal*, 1991. Vol. 34(3). 487 – 516.
100. Pohl S. Corporate culture and recruiting: the connection. *Quaderni di Psicologia del Lavoro*. Vol. 5. Feelings work in Europe. Ed. by F. Avallone, J. Arnold, K. De Witte. Milano: Guerini Studio. 1997. 67 – 75.
101. Schein E. H. Organizational culture. *American Psychologist*. 45(2). 1990. 109–119. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.45.2.109>
102. Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna (ed.). *Advances in experimental social psychology*. Vol. 25. NY : Academic Press. 1992. 1–65. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
103. Schwartz S. H. Beyond individualism-collectivism: New cultural dimensions of values. In U. Kim, H. C. Triandis, C. Kagitçibasi, S. C. Choi & G. Yoon (Eds.). *Individualism and collectivism: Theory, method and applications*. Newbury Park CA: Sage. 1994. 85-119.
104. Shwayder D. S. *The Stratification of Behaviour: A System of Definitions Propounded and Defended*. London : Routledge & Kegan Paul. 1971. 411.
105. Shweder R. A. & Sullivan M. A. Cultural Psychology: Who Needs It? *Annual Review of Psychology*. 44. 1993. 497–523.
doi: 10.1146/annurev.ps.44.020193.002433
106. Slaughter S., Leslie L. L. *Academic Capitalism: Politics, Policies, and the Entrepreneurial University*. Baltimore, MD : Johns Hopkins University Press, 1997. 397.
107. Smith P. B., Peterson M. F., Schwartz S. H. (2002). Cultural Values, Sources of Guidance, and their Relevance to Managerial Behavior: A 47-Nation Study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 33(2). 188-208.
<https://doi.org/10.1177/0022022102033002005>

108. Triandis H. S. Individualism And Collectivism. *New Directions in Social Psychology*. Boulder CO: Westview Press. 1995.259.
109. Tylor E. B. Primitive Culture. *Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press. 2010. 440.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511705960>
110. Van Dick R. *Commitment und Identifikation mit Organisationen*. Göttingen: Hogrefe Verlag. 2004. 83.
111. Watkins M. D. What Is Organizational Culture? And Why Should We Care? *Harvard Business Review*. 2013.URL:
<https://hbr.org/2013/05/what-is-organizational-culture>
112. White L. A. The concept of culture. *American Anthropologist*. Wash, 1959. Vol. 61. 227-251.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ СТАНОВЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

У другому розділі дисертації висвітлені методологічні та методичні підходи до вивчення чинників становлення корпоративної культури майбутніх фахівців; за результатами емпіричного дослідження з'ясовані психологічні чинники становлення корпоративної культури майбутніх фахівців, встановлені провідні з них та визначено їх ієрархічну систему.

2. 1. Методологічний підхід, принципи, методи та методики вивчення чинників становлення корпоративної культури майбутніх фахівців

Основним завданням цього підрозділу дисертаційної роботи було представлення концептуального підходу до організації та проведення емпіричного дослідження, висвітлення методів та методик виявлення й оцінки складових корпоративної культури майбутніх фахівців, а також методів вивчення психологічних чинників становлення корпоративної культури майбутніх фахівців. Адже результативність наукового дослідження обумовлюється вибором науково обґрунтованої методології й використанням належної методики. Сукупність методів дослідження психологічних чинників розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців має свої особливості в змісті, зокрема відповідні функції відстеження стану та змін у культурі, співвідношення психологічних чинників становлення корпоративної культури тощо.

Аналізуючи інші наукові погляди вчених щодо зазначеної проблематики, зокрема концепцію О. Стеклової, можемо виділити основні підходи до проблеми вивчення корпоративної культури – інтерпретативний та кількісний. Інтерпретативний підхід передбачає застосування в процесі дослідження якісних методів, а саме: традиційного аналізу документів організації і глибинних інтерв'ю. Використання таких методів дає змогу

вивчити такі особливості корпоративної культури, як правила та традиції, які панують в організації. Кількісний підхід передбачає застосування різноманітних стандартизованих опитувальників [14, с. 93]. Подібні наукові положення щодо розроблення методів вивчення корпоративної культури запропонувала К. Терещенко [13, с. 28].

Зазначені підходи не розкривають повного уявлення про рівень корпоративної культури майбутнього фахівця. На наш погляд, його необхідно доповнити системно-функціональним аналізом, який сприятиме вивченню змістового наповнення корпоративної культури.

Також необхідно зазначити, що корпоративна культура є системним явищем, яке об'єктивно існує, має властиві йому закономірності. Відповідно нами було обрано як методологічну основу емпіричного дослідження системний підхід. У психологічних дослідженнях системний підхід, найважливіші положення якого розроблені Б. Ф. Ломовим, був використаний у: дослідженнях щодо пояснення психічних явищ (Б. Г. Ананьєв, Л. С. Виготський, О. Р. Лурія, С. Л. Рубінштейн, Б. М. Теплов); працях П. К. Анохіна, М. О. Бернштейна, О. М. Леонтьєва з питань розкриття поведінки й діяльності (Цит. за [48]).

У загальному плані під системним підходом розуміють методологічний напрямок, що розробляє засоби пізнання та конструювання складних об'єктів. Особливість системного підходу полягає в тому, що система досліджується як єдиний організм з урахуванням внутрішніх зв'язків між окремими елементами і зовнішніх зв'язків з іншими системами та об'єктами.

Системний підхід у психології С. Д. Максименко визначив як «...спосіб теоретичного та практичного дослідження в психології, який передбачає, що кожний психічний процес, явище чи стан людини - предмет дослідження – розглядається як система» [51].

Б. Ф. Ломовим були сформульовані шість системних принципів розгляду психічних явищ: різноплановості; багатомірності; багаторівневості; ієрархічності; системної детермінованості; розвитку (Цит. за [48]). У

контексті нашого емпіричного дослідження перший принцип передбачає необхідність розгляду корпоративної культури майбутніх фахівців в декількох планах: як відокремленої якісної одиниці, як частини своєї видородової макроструктури, в плані мікросистем, у плані зовнішньої взаємодії. Другий – необхідність розгляду досліджуваного феномену у різних системах вимірів. Третій принцип постулює необхідність розгляду системи корпоративної культури майбутніх фахівців як багаторівневої. Четвертий – необхідність урахування сукупності різнопорядкових складових корпоративної культури майбутніх фахівців як таких, що ієрархічно організовані. П'ятий – передбачає розгляд детермінації становлення корпоративної культури майбутніх фахівців як багатопланової, багаторівневої та багатомірної – системної. Шостий принцип потребує розгляду корпоративної культури майбутніх фахівців в динаміці та розвитку.

Відповідно до окреслених принципів системного підходу під час виконання завдань емпіричного дослідження нами був використаний комплекс таких методів, як: *аналіз, синтез, порівняння та зіставлення* – для систематизації теоретичних та експериментальних даних, порівняльного аналізу теоретичних, емпіричних й експериментальних даних, отриманих у результаті застосування методів дослідження; *обсерваційні* (тестування, анкетування, педагогічне спостереження) – для вивчення психологічних чинників розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців; *моделювання* – для дослідження компонентів теоретичної моделі корпоративної культури майбутнього фахівця; *методи математичної статистики* – для опрацювання отриманих у ході експериментів даних та встановлення кількісних залежностей між досліджуваними явищами.

Варто звернути увагу на запропоновану Л. Тепловою класифікацію психологічних методів вивчення корпоративної культури [15, с.5]. Дослідниця виділяє такі групи методів: загальнонаукові, до яких належать методи аналізу, синтезу, індукції, дедукції; емпіричні (опитування, інтерв'ю,

анкетування); непрямі методи, які спрямовані на вивчення документів і правил.

Аналізуючи кожен метод нашого дослідження, маємо зауважити, що всі зазначені методи будуть ефективними лише в комплексі, оскільки корпоративна культура є багатоаспектним процесом. Так, наприклад, метод порівняння містить у собі аналогію, на якій ґрунтується метод моделювання, а метод експертних оцінок передбачає конкретизацією філософського принципу поєднання процесів мислення та буття. Отже, необхідно зазначити, що метод експертних оцінок за своєю природою фактично є соціально-психологічним аналізом.

Така позиція, з одного боку, вказує на універсальність методології соціально-психологічного аналізу, а з іншого – психологічний характер притаманний усім явищам буття та свідомості, поняття та категорії психології як науки виконують у цих сферах місію методологічних орієнтирів. Це стосується і сфери корпоративної культури, соціально-психологічний аналіз якої реалізується значною кількістю фахівців на макропсихологічному рівні.

Як зазначають М. Корольчук, В. Осьодло та Ю. Трофімов щодо методологічних та теоретичних проблем психології, теоретизація предмета дослідження відкриває можливості для змістового прогнозу дослідження загалом, тобто дає змогу виділити ефективний поріг теоретичного пізнання предмета наукового дослідження та умови організації емпіричного етапу дослідження [10, с.47].

У межах нашого дослідження теоретизація та моделювання у відповідності з принципами системного підходу дозволили сформулювати концепцію дисертаційного дослідження. Розроблена нами на основі системного підходу концепція вивчення психологічних чинників становлення корпоративної культури майбутніх фахівців має своєрідну тріадичну структуру: концептуально-методологічний, загальнонауковий та організаційно-психологічний рівні. Практично, це рівні теоретичного

моделювання, емпірично-експериментального дослідження (опитування, анкетування) та конкретних психологічних методик.

Саме тому варто зауважити, що за цей незначний термін майбутні фахівці мають оволодіти корпоративною культурою, щоб бути її носіями за межами рідного університету. Для опанування корпоративної культури майбутніми фахівцями викладачі мають брати до уваги не лише термін навчання, але й особливості формування певного виду корпоративної культури в студентів. Як відомо, корпоративна культура в майбутніх фахівців розвивається в закладі вищої освіти як субкультура, подібна чи відмінна до основної корпоративної культури закладу.

Майбутні фахівці постійно вносять щось нове, індивідуальне до структури та змісту наявної корпоративної культури закладу вищої освіти. З одного боку, це стає джерелом модернізації, з іншої – фруструє всю систему культури установи. Саме тому необхідно, щоб корпоративна культура в майбутніх фахівців розвивалася подібно до основної.

З метою підвищення результативності функціонування закладу вищої освіти для успішного конкурування молодих фахівців на ринку праці передусім необхідно говорити про отримання випускниками якісних продуктивних знань, умінь та практичних навичок. Проте у зв'язку з високим рівнем конкуренції варто внести певні корективи стосовно потреби в оптимізації загального культурного рівня майбутніх фахівців як важливого доповнення до традиційних знань, умінь та навичок. Тобто якщо майбутній фахівець має високий рівень здобутих знань, практичних навичок за фахом, але нездатний пристосуватися до норм та правил поведінки в закладі вищої освіти, не в змозі оволодіти корпоративною культурою своєї установи, не відчуває єдності з іншими студентами, науково-педагогічними працівниками, то його шанси на успішне працевлаштування знижуються. Після завершення навчання кожен студент поширює в суспільстві відповідну корпоративну поведінку. Корпоративній культурі майбутніх фахівців притаманні всі особливості базової культури організації. Відмінність може бути виражена

настільки, наскільки результативно відбувається оволодіння основними компонентами корпоративної культури закладу вищої освіти (ЗВО) студентами, а також їх подальше відтворення майбутніми фахівцями у процесах інтеріо- екстеріоризації.

Необхідно зазначити, що процес інтеріоризації та екстеріоризації здійснюється на постійній основі. Відповідно, окремий їх розгляд має умовну метафоричну особливість. Це здійснюється для того, щоб визначити головні напрями впливу на корпоративну поведінку особистості в установі та внутрішні особистісні структурні складові, які стають основою для розвитку корпоративної культури.

Студенти, які вступили до закладу вищої освіти (ЗВО), мають оволодіти панівною системою вимог, правил та умов навчання з метою отримання успішного результату. Майбутній фахівець у процесі адаптації до освітньої діяльності зіштовхується з нормами та правилами поведінки, із панівними дисциплінарними обмеження, системою заохочень та покарань, сукупністю комунікативних зв'язків, які входять до переліку елементів корпоративної культури.

Отже, розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців здійснюється за допомогою основних механізмів, зокрема зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції. Українські науковці Л. М. Карамушка, Г. В. Ложкін, Л. Е. Орбан-Лембрик виділяють три основні рівні аналізу організаційної культури: макрорівень (рівень суспільства) – географічне розташування, вигляд будівлі, символіка, зв'язки з громадськістю, імідж організації, якість послуг чи продукції, національні риси культури організації; мезорівень (рівень установи) – зовнішній вигляд робітників, обладнання приміщень, засоби роботи, організаційний клімат, комунікативні процеси, норми поведінки, місія та цілі організації; мікрорівень (рівень особистості) – процедури прийому до організації та виходу з неї, система заохочень та санкцій, мотивація діяльності, колективістська ідентифікація, цінності [8]. Усі зазначені рівні є взаємозалежними й кожний має вплив на її

змістову якість. Кожен із рівнів має відповідні чинники формування культури організації.

У зв'язку з цим, швидка адаптація до освітньої діяльності в закладі вищої освіти неможлива без оволодіння майбутніми фахівцями корпоративною культурою рідного закладу. Засвоєння зазначеної культури майбутніми фахівцями здійснюється за такими напрямками: пристосування до зовнішніх умов закладу вищої освіти та внутрішня інтеграція у формі інтеріоризації головних компонентів корпоративної культури закладу.

Зазначені процеси можуть здійснюватися самостійно, без керівництва, за умови залучення майбутніх фахівців до діяльності закладу вищої освіти. А в іншому випадку, можуть реалізовуватися за рахунок втілення спеціальних заходів під керівництвом куратора, наставника, представників ректорату.

У випадку самостійності та безконтрольності перебігу процесів пристосування та інтеграції можливі різні викривлення в опануванні корпоративної культури майбутніми фахівцями, зокрема може виникати негативна субкультура, що знижує успішність роботи закладу, створює різні конфліктні ситуації під час комунікації науково-педагогічних працівників та студентів.

Слабка корпоративна культура може вплинути на втрату головного потенціалу оптимізації успішної роботи закладу вищої освіти та надання якості освітніх послуг. Зниження рівня самооцінки та впевненості у власних силах, недостатнє розуміння власних можливостей не дозволить в такому випадку майбутньому фахівцю в повному обсязі реалізувати свої можливості на сучасному ринку праці.

Управління корпоративною культурою, процесом її розвитку може здійснюватися як шляхом залучення наставників, тьюторів, так і за допомогою мотивації майбутніх фахівців до участі в системі заходів, які зорієнтовані на розвиток корпоративної культури.

Вважаємо за необхідне схематично зобразити зазначені процеси у вигляді моделі, що утворює систему взаємопов'язаних компонентів, на

кожному з етапів оволодіння корпоративною культурою майбутніми фахівцями (рис. 2.1).

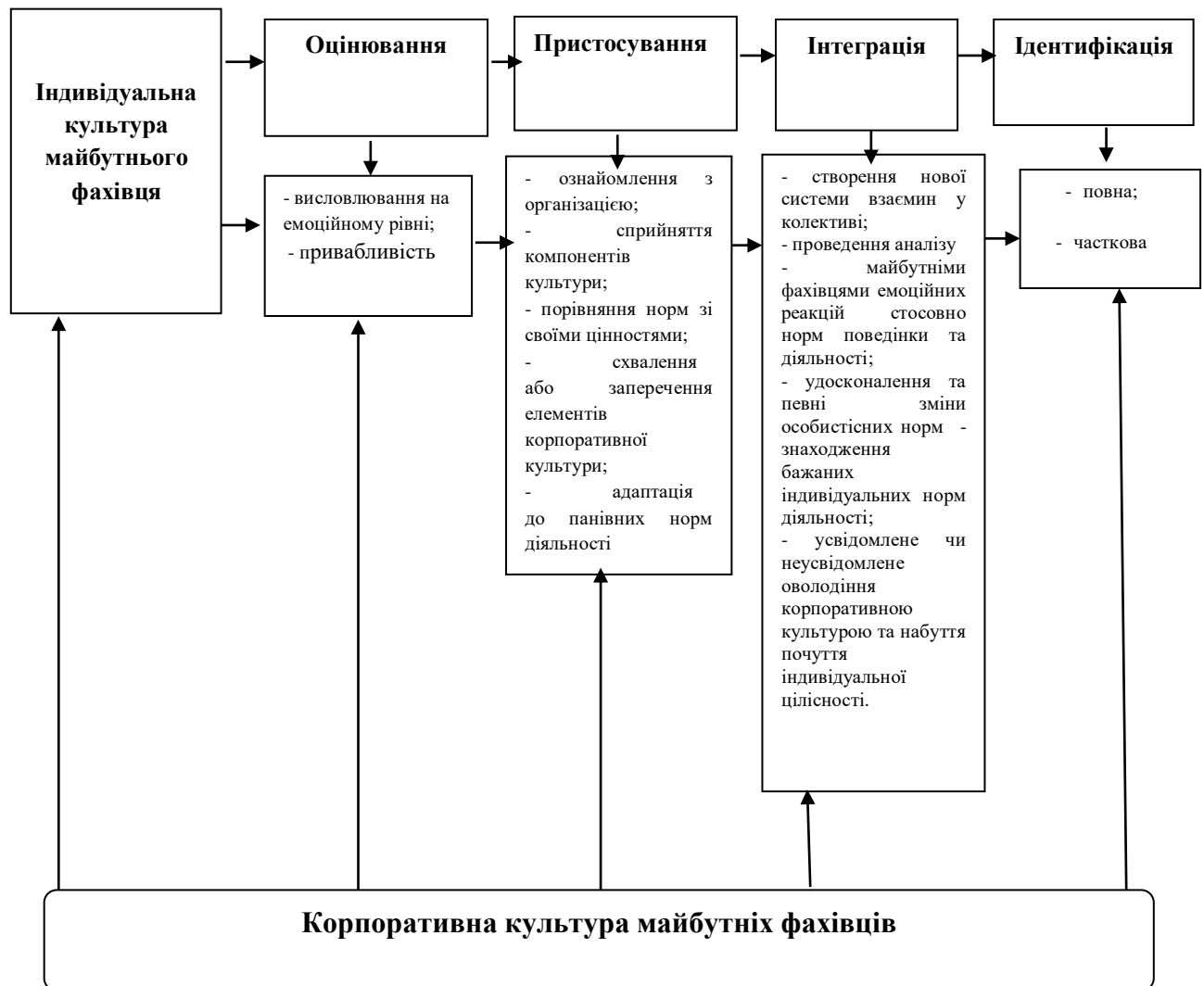


Рис. 2.1. Модель розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців

Необхідно більш системно обґрунтувати кожен із зазначених етапів. Оцінювання корпоративної культури закладу вищої освіти майбутнім фахівцем здійснюється з самого початку навчання. Переважно оцінювання відбувається у вигляді висловлювань на емоційному рівні, під час проведення паралелей, що студент бачить і що очікував.

Отже, процес оцінювання спирається на одну з властивостей корпоративної культури – привабливість. Відповідно до цього, оцінювання

корпоративної культури здійснюється на постійній основі, на всіх етапах її розвитку, що може стати якісним важливим критерієм сформованості корпоративної культури в майбутніх фахівців.

Процес пристосування умовно можна розподілити на такі етапи, як: ознайомлення з головними нормами та очікуваннями організації; сприйняття компонентів корпоративної культури у вигляді відповідної діяльності; порівняння зазначених норм зі своєю системою цінностей; підтримка або непогодження з деякими компонентами чи з корпоративною культурою загалом; адаптація до панівних норм діяльності.

Згідно з результатом, процес пристосування може закінчитися тим, що майбутній фахівець залишить установу або почне працювати над собою для адаптації до компонентів корпоративної культури.

Але необхідно зазначити, що процес адаптації не може існувати без пізнавального компонента. Чітке усвідомлення панівних правил та норм, моделей поведінки, оцінювання та співвідношення цінностей установи з індивідуальними, вольові дії стосовно дотримання дисциплінарних вимог потребують передусім відповідних розумових дій. Саме тому поряд із емоційним компонентом дій на стадії пристосування важливим є пізнавальний. Емоційна реакція стає вже не такою актуальною для нових студентів, як знаходження сенсу у власних діях.

Основною причиною при цьому можуть бути відповідні позитивні очікування від власної освітньої діяльності, високий і навіть завищений рівень самооцінки після прийняття до закладу вищої освіти, тимчасова емоційна недостатність. У зв'язку з цим, для успішного пристосування важливим є пізнавальний компонент.

Процес адаптації відповідає інтеграції компонентів корпоративної культури до структури індивідуального простору майбутнього фахівця, який ми розглядаємо як свідомі та несвідомі змінні, що впливають на мотиваційно-ціннісну та емоційно-вольову сфери індивіда

Отже, необхідно зазначити, що процес інтеграції проходить такі етапи: створення нової системи взаємин у колективі; проведення аналізу майбутніми фахівцями емоційних реакцій стосовно норм поведінки та діяльності; удосконалення та певні зміни особистісних норм для їх узгодження з корпоративними, а також для набуття індивідуальної цілісності; знаходження бажаних індивідуальних норм діяльності; усвідомлене чи неусвідомлене оволодіння корпоративною культурою та набуття почуття індивідуальної цілісності.

На цьому етапі головним виступає емоційний компонент процесу оволодіння корпоративною культурою майбутніми фахівцями. Процеси прийняття, формування довіри, налагодження взаємин на емоційному рівні, а також саморозвиток відбуваються під час адаптації до психологічної атмосфери студентського академічного колективу та суттєво впливають на успішність реалізації корпоративної культури в поведінці майбутніх фахівців.

Останнім етапом є самоідентифікація майбутніх фахівців із корпоративною культурою свого закладу вищої освіти, вона може бути повною або частковою. Для кращого закріплення набутого можна також реалізувати деякі психологічні процедури та заходи.

Необхідно зазначити, що розвиток корпоративної культури в майбутніх фахівців необхідно діагностувати за такими змістовими складовими: норми діяльності, основні цінності, комунікативні засоби. Процес реалізується водночас на зовнішньому та внутрішньому рівнях особистісних перетворень. Аналіз зазначених змін охоплює головні параметри дослідження корпоративної культури: емоційність, до якої входять психологічна атмосфера, динамічність, комплекс цінностей, мотивація корпоративної поведінки; історичність – сила, рівень корпоративної культури, згуртованість (привабливість корпоративної культури).

Поєднання зазначених властивостей надало можливість створити відповідну систему важливих психологічних чинників розвитку

корпоративної культури в майбутніх фахівців та визначити параметри їх діагностування (табл. 2.1.).

Таблиця 2.1

Параметри аналізу корпоративної культури у майбутніх фахівців

Стадії розвитку КК	Психологічні чинники	Параметр	Критерії	Очікувані результати
Оцінювання	Нормативні	Історичність	Рівень корпоративної культури	Виявлення рівня та сили панівної оргкультури
Пристосування	Пізнавальні	Згуртованість	Привабливість корпоративної культури	Покращання привабливості оргкультури
Інтеграція	Емоційно-вольові	Емоційність	Психологічна атмосфера	Поліпшення психологічного клімату
Ідентифікація	Мотиваційно-ціннісні	Динамічність	Мотивація корпоративної поведінки, індивідуальна система цінностей	Погодження системи цінностей, реалізація набутого в діяльності

Кожна із запропонованих стадій має свій особливий зміст. Стадії розвитку взаємопов'язані в цілісну систему, яка може характеризуватися циклічністю. Початок циклу пов'язаний зі вступом абітурієнта до закладу вищої освіти. Кожний майбутній фахівець проходить зазначені стадії, але можливі індивідуальні відмінності в процесі та результаті розвитку, різні перешкоди тощо. Успішність розвитку корпоративної культури в майбутніх фахівців може бути визначена рівнем індивідуальної ідентифікації з корпоративною культурою закладу, у якому вони здобувають освіту.

Відповідно до вищезазначеного, необхідно визначити складові корпоративної культури в майбутніх фахівців за допомогою діагностичних критеріїв її аналізу (табл.2.2).

Таблиця 2.2.

Відповідність компонентів корпоративної культури у майбутніх фахівців діагностичному критерію її аналізу

Рівні корпоративної культури	Компоненти корпоративної культури	Психологічні чинники	Критерії
Рівень суспільства	Аксіологічно-мотиваційний (цінності та мотиви корпоративної культури як норми поведінки та діяльності)	Мотиваційно-ціннісні	Система корпоративних цінностей Мотивація корпоративної поведінки
Рівень установи	Гносеологічно-смісловий (знання про корпоративну культуру, смислове значення її місії, мети, принципів, що визначають привабливість)	Пізнавально-сміслові	Привабливість корпоративної культури Сила та рівень корпоративної культури
Рівень колективу	Діяльнісно-вчинковий (система вмінь і навичок корпоративного спілкування й діяльності, необхідних для відчуття причетності до корпоративної культури)	Діяльнісно-поведінкові	Корпоративна атмосфера ЗВО Психологічна атмосфера групи Готовність до корпоративного спілкування й діяльності
Рівень розвитку особистості	Індивідуально-особистісний (індивідуально-типологічні особливості особистості, що зумовлюють корпоративну поведінку)	Емоційно-вольові	Самоконтроль, самостійність, активність, саморегуляція емоцій

Ще одним ключовим методологічним орієнтиром, який підходить для реалізації нашого дослідження, є класифікація методик вивчення особливостей та умов розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців,

запропонована такими вченими, як В. Івкін, Л. Карамушка, В. Лагодзінська, К. Терещенко [8, с. 9-15].

У зв'язку з таким баченням, структуру корпоративної культури в майбутніх фахівців необхідно розглядати на відповідних рівнях, які містять такі компоненти: чинні норми та правила поведінки й діяльності (рівень суспільний); цінності, психологічний клімат закладу вищої освіти (рівень установи); психологічний клімат колективу студентської групи, орієнтованість та рівень розвитку групи (рівень колективу); сукупність ціннісних орієнтацій та мотивація корпоративної поведінки майбутніх фахівців (індивідуальний рівень). Відповідно до структурних компонентів корпоративної культури процесі проведення експерименту було використано комплекс психологічних методик. Діагностичний інструментарій, який було використано під час дослідження, зображено в табл. 2.3. (дод. Б).

Таблиця 2.3.

Діагностичний інструментарій, який використовувався з метою вивчення психологічних умов розвитку корпоративної культури в майбутніх фахівців

Рівні	Компоненти	Методики
Соціальний рівень	Аксіологічно-мотиваційний (цінності та мотиви корпоративної культури як норми поведінки та діяльності)	Експрес-діагностика соціальних цінностей особистості, методика «Оцінка мотивації корпоративної поведінки» (В. Козлов, Г. Мануйлов, Н. Фетіскін).
Рівень установи	Гносеологічно-смысловий (знання про корпоративну культуру, смысловое значення її місії, мети, принципів, що визначають привабливість)	Опитувальник оцінки привабливості організаційної культури (В. Снетков); методика «Оцінка сили організаційної культури» (Р. Дафт), тест «Рівень організаційної культури» (Т. Соломанідіна).
Рівень колективу	Діяльнісно-вчинковий (система вмінь і	Тест «Визначення психологічного клімату в організації» (А. Крилов,

	навичок корпоративного спілкування й діяльності, необхідних для відчуття причетності до корпоративної культури)	С. Манічева); тест «Оцінка психологічної атмосфери в колективі» (А. Фідлер); тест «Пульсар».
Індивідуальний рівень	Індивідуально-особистісний (індивідуально-типологічні особливості особистості, що зумовлюють корпоративну поведінку)	Опитувальник «Дослідження вольової саморегуляції» (А. Зверьков, Е. Ейдман).

Наше дослідження проводилося на базі Київського національного університету імені Тараса Шевченка та Львівського торговельно-економічного університету. Кількість респондентів складала 207 осіб – майбутніх фахівців економічного профілю різного року навчання (I-V курсів).

На формувальному етапі дослідження, яке було спрямоване на розвиток корпоративної культури в майбутніх фахівців, із респондентів було створено експериментальну групу, яка складалася із 78 опитуваних, та контрольну, до якої входив 61 респондент.

Для подальшого аналізу дослідження вважаємо за необхідне детально обґрунтувати психологічні методики, які були використані в процесі реалізації дослідження.

З метою емпіричного дослідження аксіологічно-мотиваційного компонента корпоративної культури майбутніх фахівців використано експрес-діагностику соціальних цінностей особистості, методику «Оцінка мотивації корпоративної поведінки» (В. Козлов, Г. Мануйлов, Н. Фетіскін), методику «Оцінка сили організаційної культури» (Р. Дафт), тест «Рівень організаційної культури» (Т. Соломанідіна).

Експрес-діагностика соціальних цінностей особистості містила 16 тверджень, які необхідно було оцінити від 10 (неважливо) до 100 (дуже

важливо). Отримані результати можна розділити відповідно до ключа за такими шкалами: духовні, інтелектуальні, професійні, сімейні, соціальні, суспільні, фінансові, фізичні цінності [18]. Ця методика допомагла визначити особистісно-професійні і соціально-психологічні орієнтації та переваги і дає змогу комплексно проаналізувати духовні, інтелектуальні, професійні, сімейні, соціальні, суспільні, фінансові, фізичні цінності майбутніх фахівців як складові корпоративної культури.

Методика «Оцінка мотивації корпоративної поведінки», яку запропонували В. Козлов, Г. Мануйлов та Н. Фетіскін. У процесі проходження цієї методики кожен студент мав оцінити за 5-бальною шкалою рівень значущості для нього кожного з 12 зазначених мотивів, що впливають на його ставлення до корпоративної культури. Оцінювання переважаючого мотиву здійснюється за допомогою кількісного домінування одного з мотивів. Залежно від кількості отриманих балів визначається рівень ставлення (високий, середній, низький) до будь-якого особистісно важливого мотиву.

Для вивчення гносеологічно-сміслового компонента корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю були використані: опитувальник оцінки привабливості організаційної культури (В. Снетков), методика «Оцінка сили організаційної культури» (Р. Дафт), тест «Рівень організаційної культури» (Т. Соломанідіна).

Опитувальник оцінки привабливості організаційної культури, автором якої є В. Снетков, він спрямований на вивчення особливостей корпоративної культури закладу вищої освіти з позиції майбутніх фахівців. Зазначена методика містить 48 запитань, які необхідно оцінювати за десятибальною шкалою, де 10 балів означає, що твердження є справедливим, отже, можна стверджувати, що такий чинник наявний на постійній основі. Але у випадку, коли чинник відсутній, то необхідно ставити 9 балів, і якщо його взагалі немає, то потрібно ставити 1 бал. За допомогою зазначеного опитувальника оцінюються такі шкали, як: І шкала – «зміст роботи», тобто потреба в

креативній і інтенсивній роботі; II шкала – утилітарна потреба, що охоплює задовільні умови праці, матеріальне стимулювання роботи; III шкала характеризує потребу в хороших взаєминах; IV шкала – потребу в повазі й визнанні, а також в особистому авторитеті; V шкала має назву «мотивація», тобто відображає мотивацію фахівця до професійної діяльності, активної участі співробітників в управлінських процесах; VI шкала характеризує патріотизм (потребу в тому, щоб компанія досягла значних успіхів, об'єднанні колективу установи); і останньою є VII шкала, що передбачає вивчення організації праці в установі. Цей опитувальник дає змогу оцінити рівень привабливості корпоративної культури, ступінь задоволеності всіма аспектами культури діяльності в установі як для всіх її представників, так і для кожного працівника. Крім того, методика спрямована на дослідження особливостей ставлення співробітників до корпоративної культури, яка може перебувати в таких межах: від її повного заперечення до прийняття. Важливим інтегральним показником ставлення персоналу до корпоративної культури є оцінювання ними зазначеної культури як привабливої. Для оброблення отриманих результатів вивчення корпоративної культури в закладі вищої освіти необхідно було проаналізувати такі показники: реальна корпоративна культура – це оцінювання майбутніми фахівцями психологічних чинників КК в закладі, де вони навчаються; ідеальна корпоративна культура – оцінювання майбутніми фахівцями чинників КК закладу вищої освіти, в якому вони б хотіли проходити навчання; привабливість корпоративної культури характеризується відповідним рівнем задоволення майбутніми фахівцями корпоративною культурою установи, де вони навчаються. У випадку фіксування високого рівня привабливості за чинниками корпоративної культури можна стверджувати, що майбутні фахівці задоволені всіма чинниками, які розкривають їхні потреби в установі. Але якщо показник є нижчим, то можна зробити висновок, що майбутні фахівці незадоволені цими чинниками КК [12].

За допомогою методики «Оцінка сили організаційної культури» Р. Дафта було визначено силу корпоративної культури. Вона містила 13 тверджень, які необхідно було оцінити, а саме поставити позначку на тому балі, за яким відображається рівень згоди. Бланк для відповідей був оформлений у вигляді таблиці для швидкого узагальнення отриманих балів. Відповідно до ключа методики, якщо сума балів становитиме 52 та вище, то можна стверджувати, що в установі, у якій перебуває респондент, панує сильна корпоративна культура; якщо ж показник варіював від 26 до 51 бала, то можна дійти висновку, що для організації властива достатньо сильна культура; і при сумі > 25 балів корпоративна культура компанії не сприяє пристосуванню до зовнішнього середовища і не відповідає тим потребам, які висувають її представники [13].

Аналізуючи тест «Рівень організаційної культури», розроблений Т. Соломанідіною, маємо зазначити, що він містить 29 суджень. У зв'язку з цим, отриманий показник, який буде нижчим, ніж 4 бали за будь-яким пунктом, свідчатиме про недостатньо хороший стан справ за цим напрямом професійної діяльності та у взаємній комунікації фахівців. Майбутнім фахівцям за шкалою із десяти балів необхідно було визначити власне ставлення щодо переліку запропонованих суджень, які описують корпоративну культуру установи. Цей тест сприяв визначенню рівня корпоративної культури за такими напрямками, як «комунікації», «мотивація і мораль», «робота» і «управління». Рівень впливу культури на роботу установи оцінювався за такими чинниками, як: спрямованість, широта охоплення, сила впливу на співробітників [13].

Для вивчення діяльнісно-вчинкового компонента корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю застосовані: тест «Визначення психологічного клімату в організації» (А. Крилов, С. Манічева); тест «Оцінка психологічної атмосфери в колективі» (А. Фідлер); тест «Пульсар».

Авторами тесту «Визначення психологічного клімату в організації», є А. Крилов та С. Манічева. Тест складається із 74 тверджень, серед яких необхідно виділити ті, які властиві для певної установи загалом. Потім відбувається обрахування кількості виділених тверджень і здійснюється аналіз. Усі зазначені твердження, крім контрольних, дають можливість визначити рівень розвитку колективу, а передусім психологічний клімат. До зазначених властивостей належать відкритість, відповідальність, згуртованість, інформованість, колективізм, контактність, організованість [11].

Крім того, нами було використано тест «Оцінка психологічної атмосфери в колективі» (за А. Фідлером) з метою оцінювання психологічної атмосфери в групі. Важливо зазначити, що цей тест не може проводитися анонімно, тому він є надійним, що підвищує його достовірність у використанні разом з іншими методиками. У формі таблиці були представлені протилежні за змістовим наповненням пари слів, на основі яких можна охарактеризувати атмосферу в академічній групі майбутніх фахівців. Відповіді оцінювалися відповідно до кожного з 10 пунктів зліва направо від одного до восьми балів. Узагальнений результат становить від 10, що є найвищою, відмінною оцінкою, до 80, що є негативною оцінкою. У результаті побудови профілів кожного студента формується середній профіль, який і відображає психологічну атмосферу в групі [18].

Наступним тестом був «Пульсар», який допомагає визначити спрямованість групи та рівень її розвитку. Крім того, він базується на проведенні 4-рівневого аналізу розвитку таких якостей індивіда – члена групи, як-от: підготовленість до роботи, ініціативність, інтегративність, згуртованість, організованість, орієнтованість, референтність. Усі зазначені показники допомагають сформувати загальний показник рівня розвитку готовності майбутніх фахівців до корпоративного спілкування та діяльності.

Для вивчення індивідуально-особистісного компонента корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю використаний

опитувальник «Дослідження вольової саморегуляції» (А. Зверьков, Е. Ейдман).

Опитувальник «Дослідження вольової саморегуляції», розроблений А. Зверьковим, Е. Ейдманом. Метою методики є виявлення рівня сформованості вольової саморегуляції, під якою розуміється здатність особистості свідомо керувати своїм станом, вчинками і прагненнями, контролювати свої реакції у різних ситуаціях. Опитувальник складається з 30 тверджень, які респонденту пропонується оцінити як вірні або невірні стосовно нього. Опитувальник має загальну шкалу вольової саморегуляції та дві субшкали: «Наполегливість» і «Самовладання». Рівні вольової саморегуляції визначаються у зіставленні з середніми значеннями кожної шкали. Високий рівень за загальною шкалою властивий особам активним, емоційно зрілим, самостійним, впевненим у собі, зі сформованим почуттям обов'язку та стійкими намірами, здатним до контролю своєї поведінки. Низький бал встановлюється у людей емоційно нестійких, чутливих, непевнених у собі з невисокою рефлексивністю та зниженою активністю. Субшкала «Наполегливість» виявляє прагнення особистості до завершення розпочатої справи, силу її намірів. На позитивному полюсі – діяльні, активні особи, які завжди намагаються втілити плани у життя, відповідально ставляться до своєї справи та дотримуються соціальних норм; таких людей мобілізують труднощі, але відволікають спокуси та альтернативи. Переважання низьких балів вказує на імпульсивну поведінку, нестійкість намірів, непевненість. Разом з тим ці негативні прояви можуть компенсуватися за рахунок гнучкості та винахідливості. Призначенням субшкали «Самовладання» є діагностика здатності до свідомого контролю емоцій. Високі показники характерні для врівноважених, емоційно стійких осіб, які здатні володіти собою навіть у складних обставинах. Їх характеризують впевненість у собі, відсутність страху перед новим та неочікуваним, висока готовність до невизначеності. Однак треба зауважити, що підвищений самоконтроль може призвести до постійного занепокоєння і

втоми через перенапруження та втрату природності поведінки. Протилежний полюс цієї субшкали являє собою імпульсивність, спонтанність, емоційну нестійкість у ситуаціях невизначеності. Перевага використання запропонованої методики пов'язана з оцінкою самоконтролю, самостійності, активності, саморегуляції емоцій як ресурсів для розвитку корпоративної культури.

Отже, запропоновані діагностичні засоби відповідають методологічним принципам дослідження і відзначаються зручністю щодо емпіричного дослідження кількісних та якісних характеристик корпоративної культури майбутніх фахівців.

У процесі навчання в закладах вищої освіти в межах відповідних корпоративних культур відбувається не лише здобуття продуктивних знань, інтегративних умінь і практичних навичок, а й формування мотиваційно-ціннісної сфери майбутнього фахівця.

З'ясовано, що саме цінності, фундаментальні переконання й норми корпоративної культури закладу вищої освіти засвоюються майбутніми фахівцями як ключові, вихідні під час професійного самовизначення, такі, що формують їхню професійну і впливають на індивідуальну ідентичність, які дають студентам орієнтири для їхньої поведінки і дій, а також напрями розвитку на майбутнє і передусім впливають на їхню корпоративну культуру.

Як було вже зазначено в попередньому підрозділі, розвиток корпоративної культури може здійснюватися неконтрольовано, тобто як результат зовнішнього пристосування та внутрішньої інтеграції, і за рахунок методів управління, наприклад, у формі наказів, панівних норм та правил поведінки або за допомогою аналізу особистісних переваг представників закладів, установ та підтримки тих форм корпоративної поведінки, що відповідають поставленим цілям та завданням будь-якої організації.

Крім того, для аналізу корпоративної культури в майбутніх фахівців необхідно зосередити увагу на таких її властивостях, як-от: згуртованість (сукупність цінностей, привабливість КК); динамічність (мотивація,

корпоративна поведінка); емоційність (психологічна атмосфера в колективі, психологічний клімат); історичність (рівень корпоративної культури).

Таким чином, на основі емпіричного дослідження основних параметрів корпоративної культури було проаналізовано погляди майбутніх фахівців на рівень сформованості корпоративної культури закладу вищої освіти, у якому вони навчаються, при цьому критерієм був її рівень, а також оцінювання привабливості для майбутніх фахівців корпоративної культури закладу освіти та його психологічної атмосфери.

На інших стадіях дослідження здійснювалося вивчення психологічної атмосфери в академічній групі студентів, оцінювання рівня розвитку групи як колективу, дослідження мотивації корпоративної поведінки майбутніх фахівців та їхніх особистісних цінностей. На основі визначення зазначених параметрів можна здійснити порівняльний аналіз груп досліджуваних із різними рівнями прояву корпоративної культури і співвіднести психологічні чинники, які на них впливають.

Необхідно зазначити, що констатувальний етап дослідження здійснювався на основі представленого нами діагностичного інструментарію, який використовувався з метою вивчення психологічних умов розвитку корпоративної культури в майбутніх фахівців. Важливим для виконання нашого дослідження був статистичний і кореляційний аналіз одержаних результатів.

З метою визначення ймовірної динаміки змін протягом усіх років було використано ранговий Н-критерій Крускала-Уоліса, що був спрямований для перевірки гіпотези щодо вилучених із генеральних сукупностей незалежних вибірок, які мають однакові медіани. У нашому дослідженні за допомогою цього критерію було визначено вплив курсу навчання на прояв параметрів запропонованих методик.

Математичний аналіз здійснювався за допомогою U - критерію Манна-Уїтні – це статистичний критерій, що використовується для оцінки відмінностей між двома незалежними вибірками за рівнем будь-якої ознаки,

вимірної кількисно. Він дає змогу виявляти різницю в значенні параметра між малими вибірками. У нашому дослідженні цей критерій допоміг виявити найбільш впливові характеристики кожного з параметрів корпоративної культури в майбутніх фахівців.

Отже, нами представлені принципи (різноплановості; багатомірності; багаторівневості; ієрархічності; системної детермінованості; розвитку) системного підходу як концептуального щодо організації та проведення емпіричного дослідження, висвітлені його методи, а також розглянуті психодіагностичні методики виявлення різнопланових особливостей та характеристик аксіологічно-мотиваційного, гносеологічно-сміслового, діяльнісно-вчинкового, індивідуально-особистісного компонентів корпоративної культури майбутніх фахівців.

2.2. Результати емпіричного дослідження компонентів психологічної структури корпоративної культури майбутніх фахівців

Завданням цього підрозділу дисертаційного дослідження був аналіз результатів емпіричного дослідження основних компонентів (аксіологічно-мотиваційного, гносеологічно-сміслового, діяльнісно-вчинкового, індивідуально-особистісного) корпоративної культури майбутніх фахівців

Аксіологічно-мотиваційний компонент корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю (цінності та мотиви корпоративної культури як норми поведінки та діяльності) досліджений за допомогою експрес-діагностики соціальних цінностей особистості та методики «Оцінка мотивації корпоративної поведінки» (В. Козлов, Г. Мануйлов, Н. Фетіскін).

За результатами описової статистики були визначені показники середнього значення, стандартного відхилення, максимального та мінімального значення, моди, медіани та асиметрії вимірюваних у студентів показників аксіологічно-мотиваційного компонента корпоративної культури, які відображені у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Кількісні показники мір центральної тенденції аксіологічно-мотиваційного (АМ) компонента корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю

Міри центральної тенденції	Аксіологічно-мотиваційний компонент (АМ)									
	СЦ								МКп	
	Д	І	П	Ро	Гр	Су	Ма	Фіз	Гіг	Ос
Середнє значення	5,4	4	6	5,3	4,2	5,2	5,5	5,4	5,2	5
Стандартне відхилення	2,1	1,9	2,2	2,0	1,8	2,2	2,0	2,1	2,2	1,7
Максимальне значення	10	8	10	8	9	10	10	10	10	10
Мінімальне значення	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1
Мода	4,3	3,5	6,1	4,2	4,0	4,9	5,4	5	5	4,7
Медіана	4	3	5,6	4	3,9	5	5,6	5	5	4,8
Асиметрія	0,33	-0,29	0,31	-0,32	-0,35	-0,27	0,21	0,13	0,03	-0,16

СЦ – соціальні цінності; Д – духовні, І – інтелектуальні, П – професійні, Ро – родинні, Гр – громадські, Су – суспільні, Ма – матеріальні, Фіз – фізичні цінності; МКп – мотиви корпоративної культури; Гіг – гігієнічні, Ос – особистісні мотиви.

Так, показники аксіологічно-мотиваційного компонента корпоративної культури майбутніх фахівців (АМ) розподілилися відповідно до кривої нормального розподілу. Середнє значення Д ($M = 5,4$), однорідність результатів ($G = 2,1$), медіана ($Me = 4$), мода ($Mo = 4,3$), мінімальне та максимальне значення ($X_{min} = 2$; $X_{max} = 10$) та лівостороння асиметрія ($A = -0,33$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та нижчі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивими середній та низький рівні розвитку духовних цінностей.

Середнє значення І ($M = 4$), однорідність результатів ($G = 1,9$), медіана ($Me = 3$), мода ($Mo = 3,5$), мінімальне та максимальне значення ($X_{min} = 1$;

$X_{\max} = 8$) та лівостороння асиметрія ($A = -0,29$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та нижчі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивими середній та низький рівні розвитку інтелектуальних цінностей.

Середнє значення Π ($M = 6$), однорідність результатів ($G = 2,2$), медіана ($Me = 5,6$), мода ($Mo = 6,1$), мінімальне та максимальне значення ($X_{\min} = 1$; $X_{\max} = 10$) та правостороння асиметрія ($A = 0,31$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та вищі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивими середній та високий рівні розвитку професійних цінностей.

Середнє значення Po ($M = 5,3$), однорідність результатів ($G = 2,0$), медіана ($Me = 4$), мода ($Mo = 4,2$), мінімальне та максимальне значення ($X_{\min} = 2$; $X_{\max} = 8$) та лівостороння асиметрія ($A = -0,32$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та нижчі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивими середній та низький рівні розвитку родинних цінностей.

Середнє значення Gr ($M = 4,2$), однорідність результатів ($G = 1,8$), медіана ($Me = 3,9$), мода ($Mo = 4,0$), мінімальне та максимальне значення ($X_{\min} = 2$; $X_{\max} = 9$) та лівостороння асиметрія ($A = -0,35$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та нижчі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивими середній та низький рівні розвитку громадських цінностей.

Середнє значення Sy ($M = 5,2$), однорідність результатів ($G = 2,2$), медіана ($Me = 5$), мода ($Mo = 4,9$), мінімальне та максимальне значення ($X_{\min} = 1$; $X_{\max} = 10$) та лівостороння асиметрія ($A = -0,27$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та нижчі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивими середній та низький рівні розвитку суспільних цінностей.

Середнє значення Ma ($M = 5,5$), однорідність результатів ($G = 2,0$), медіана ($Me = 5,6$), мода ($Mo = 5,4$), мінімальне та максимальне значення

($X_{\min} = 1$; $X_{\max} = 10$) та правостороння асиметрія ($A = 0,21$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та вищі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивими середній та високий рівні розвитку матеріальних цінностей.

Середнє значення Фіз ($M = 5,4$), однорідність результатів ($G = 2,1$), медіана ($Me = 5$), мода ($Mo = 5$), мінімальне та максимальне значення ($X_{\min} = 1$; $X_{\max} = 10$) та правостороння асиметрія ($A = 0,13$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та вищі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивими середній та високий рівні розвитку фізичних цінностей.

Середнє значення Гіг ($M = 5,2$), однорідність результатів ($G = 2,2$), медіана ($Me = 5$), мода ($Mo = 5$), мінімальне та максимальне значення ($X_{\min} = 1$; $X_{\max} = 10$) та правостороння асиметрія ($A = 0,03$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та вищі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивими середній та високий рівні розвитку гігієнічних мотивів.

Середнє значення Ос ($M = 5$), однорідність результатів ($G = 1,7$), медіана ($Me = 4,8$), мода ($Mo = 4,7$), мінімальне та максимальне значення ($X_{\min} = 1$; $X_{\max} = 10$) та лівостороння асиметрія ($A = -0,16$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та нижчі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивими середній та низький рівні розвитку особистісних.

У цілому досліджувані показники частіше відповідають нижчим за середнє із загальною тенденцією до середини та свідчать про перевагу середнього і низького рівнів розвитку аксіологічно-мотиваційного компонента корпоративної культури майбутніх фахівців. Про це ж свідчить відсоткове співвідношення кількості досліджуваних з низьким, середнім та високим рівнями розвитку аксіологічно-мотиваційного компонента (Див. табл. 2.5., дод.В1).

Відсоткове співвідношення кількості досліджуваних з низьким, середнім та високим рівнями розвитку аксіологічно-мотиваційного компонента (у %)

Рівні розвитку АМ	Кількість досліджуваних
Високий	4,1
Середній	66,8
Низький	27,2

Водночас, дослідження соціальних цінностей особистості надало нам можливість проаналізувати і здійснити розмежування отриманих відповідей за виявленими значеннями за такими цінностями: професійні, матеріальні, родинні, суспільні, громадські, духовні, фізичні, інтелектуальні. Отримані показники представлені в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Показники за методикою «Експрес-діагностики соціальних цінностей особистості» (у%)

Цінності	Показники
Професійні	14,6
Матеріальні	15,8
Родинні	14,8
Суспільні	12,5
Громадські	9,7
Духовні	10,2
Фізичні	10,7
Інтелектуальні	11,7

Нами було з'ясовано, що серед досліджуваних соціальних цінностей майбутніх фахівців менш важливими є громадські, що свідчить про нестачу громадських важливих орієнтирів у ціннісній системі майбутніх фахівців.

Проаналізувавши отримані результати, ми також з'ясували, що в поведінці майбутніх фахівців не простежується значних відмінностей між гігієнічними та особистісними мотивами корпоративної поведінки. Це свідчить про незначне домінування гігієнічних параметрів, таких як: стиль

управління; політика управління компанією; оплата праці; сприятливі умови праці; взаємини; статус фахівця в соціумі; гарантії збереження роботи; вплив робочого процесу на життя кожного працівника організації. Крім того, важливими є такі особистісні мотиви, як-от: успіхи в роботі, визнання результатів згідно з принципом справедливості; надання майбутньому фахівцю автономності в процесі розв'язання завдань, забезпечення підвищення на посаді; професійний розвиток; удосконалення діяльності за допомогою компонентів творчості.

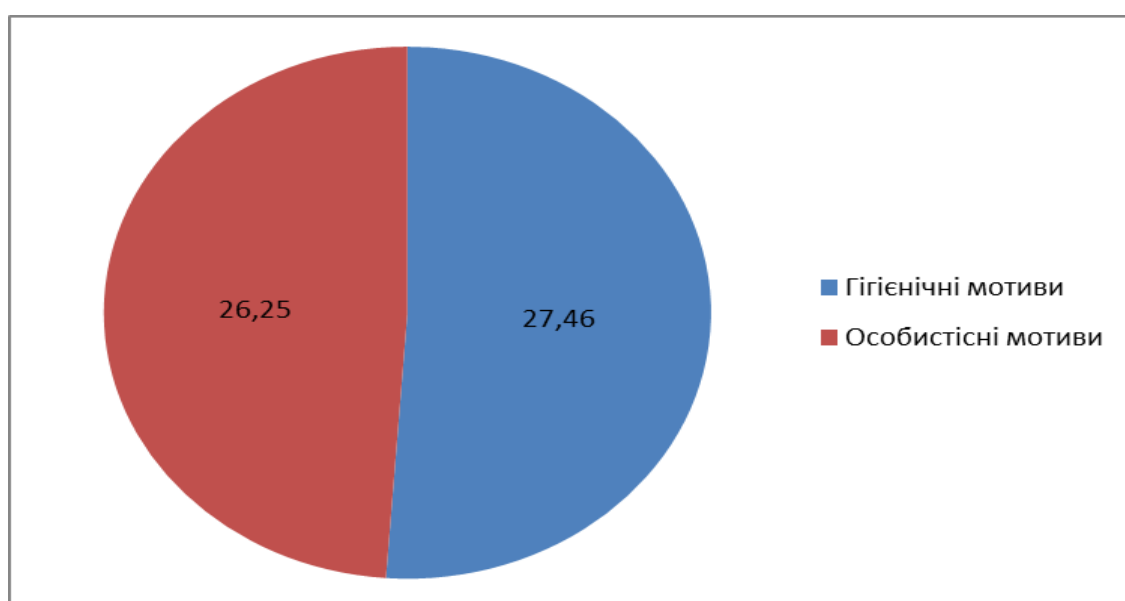


Рис. 2. 2. Співвідношення гігієнічних та особистісних мотивів корпоративної поведінки майбутніх фахівців

Окрім того, було визначено, що в 46,6% (97 осіб) виражений високий рівень мотивації корпоративної поведінки за змінною «красивий менеджер», а згідно з U - критерієм Манна-Уїтні, $U=624$, де рівень значущості $\leq 0,04$. Отримані дані свідчать про важливість для корпоративної культури в майбутніх фахівців існування красивого менеджера (керівника) в особі науково-педагогічного працівника та конструктивних взаємовідносин з педагогами і наставниками студентської групи загалом.

За результатами описової статистики були визначені показники середнього значення, стандартного відхилення, максимального та мінімального значення, моди, медіани та асиметрії вимірюваних у студентів показників гносеологічно-сміслового компонента корпоративної культури, які відображені у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Кількісні показники мір центральної тенденції гносеологічно-сміслового (ГС) компонента корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю

Міри центральної тенденції	Гносеологічно-смісловий компонент (ГС)		
	ПКК	СКК	РКК
Середнє значення	2,2	26	25
Стандартне відхилення	1,9	2,3	2,0
Максимальне значення	3	52	50
Мінімальне значення	1	15	35
Мода	1,4	24	46
Медіана	1,3	25	45
Асиметрія	-0,41	-0,05	0,12

ПКК – привабливість корпоративної культури; СКК – сила корпоративної культури; РКК – рівень корпоративної культури.

Так, показники гносеологічно-сміслового компонента корпоративної культури майбутніх фахівців (ГС) розподілилися відповідно до кривої нормального розподілу. Середнє значення ПКК ($M = 2,2$), однорідність результатів ($G = 1,9$), медіана ($Me = 1,3$), мода ($Mo = 1,4$), мінімальне та максимальне значення ($X_{min} = 1$; $X_{max} = 3$) та лівостороння асиметрія ($A = -0,41$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та нижчі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивими середній та низький рівні привабливості корпоративної культури.

Середнє значення СКК ($M = 26$), однорідність результатів ($G = 2,3$), медіана ($Me = 25$), мода ($Mo = 24$), мінімальне та максимальне значення ($X_{min} = 15$; $X_{max} = 52$) та лівостороння асиметрія ($A = -0,05$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та нижчі за

середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивими уявлення про помірну силу корпоративної культури.

Середнє значення РКК ($M = 25$), однорідність результатів ($G = 2,0$), медіана ($Me = 45$), мода ($Mo = 46$), мінімальне та максимальне значення ($X_{min} = 35$; $X_{max} = 50$) та правостороння асиметрія ($A = 0,12$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та вищі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивим вказувати на середній та високий рівні розвитку корпоративної культури.

У цілому досліджувані показники частіше відповідають нижчим за середнє із загальною тенденцією до середини та свідчать про перевагу середнього і низького рівнів розвитку гносеологічно-сміслового компонента корпоративної культури майбутніх фахівців. Про це ж свідчить відсоткове співвідношення кількості досліджуваних з низьким, середнім та високим рівнями розвитку гносеологічно-сміслового компонента (табл. 2.8, дод. В2).

Таблиця 2.8.

Співвідношення кількості досліджуваних з низьким, середнім та високим рівнями розвитку гносеологічно-сміслового компонента (у %)

Рівні розвитку ГС	Кількість досліджуваних
Високий	9,6
Середній	44,6
Низький	30,3

Застосування опитувальника для визначення привабливості культури організації дало змогу визначити рівень привабливості корпоративної культури закладу вищої освіти для майбутніх фахівців. Отримані дані за цим опитувальником надали можливість оцінити ставлення до корпоративної культури «реальної», тобто тієї, яка на сьогодні панує в установі, та «ідеальної», яка розглядається як бажана культура закладу вищої освіти. Оцінювання привабливості здійснювалося на основі визначення різниці між даними зазначених показників. Відповідно до проведеного дослідження, було

визначено, що корпоративна культура закладу вищої освіти є малоцікавою для майбутніх фахівців, тобто взагалі непривабливою. Вважаємо за необхідне представити отримані результати за кожною шкалою (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Показники оцінки привабливості корпоративної культури закладу вищої освіти для майбутніх фахівців (в балах)

Шкали	Реальна	Ідеальна	Привабливість корпоративної культури
Потреба в інтенсивній творчій роботі	7,2	8,0	- 0,8
Потреба в легкій роботі	5,8	9,1	- 3,3
Задовільні умови праці	5,7	8,7	- 3
Матеріальне заохочення	6,2	8,3	- 2,1
Потреба в конструктивній взаємодії	6,3	8,9	- 2,6
Потреба в повазі й визнанні	5,2	7,8	- 2,6
Мотивація трудової діяльності працівників	5,5	7,1	- 1,6
Участь фахівців організації в управлінні	4,5	7,2	- 2,7
Потреба в досягненні успіхів компанії	5,5	8,3	- 2,8
Єдність колективу компанії	6,5	8,3	- 1,8
Визначеність в організації праці	4,8	8,8	- 4
Невизначеність у роботі	5,3	4,7	0,6
Загальний показник	5,7	7,9	- 2,2

Отже, на основі отриманих даних відповідно до кожної шкали корпоративної культури, було з'ясовано, що найбільш непривабливими для майбутніх фахівців є такі складові: потреба в легкій праці, задовільні умови праці, потреба в досягненні успіхів компанії, участь фахівців організації в управлінні, потреба в конструктивній взаємодії, потреба в повазі та визнанні.

Окрім того, необхідно зазначити, що незначна різниця між ідеальним та реальним вираженням корпоративної культури відмічається в таких шкалах: невизначеність у роботі і потреба в інтенсивній творчій праці. У зв'язку з тим, що навчальна діяльність майбутніх фахівців є невизначеною,

студенти застосовують в освітньому процесі різні форми та методи навчання, що сприяє удосконаленню її результатів. Потреба в інтенсивній творчій роботі має тотожне значення.

Відмінності у привабливості реальної корпоративної культури організації для майбутніх фахівців різних років навчання спостережена лише за одним показником: мотивація трудової діяльності працівників більша на IV курсі, а на інших курсах вона є нижчою і зберігається на цьому ж рівні, де $H=10,32$, при цьому $p=0,035$.

У процесі оцінювання привабливості культури організації для ідеального уявлення про корпоративну культуру закладу вищої освіти майбутніми фахівцями було визначено, що потреба в легкій праці є складовою ідеалу для I, III і IV курсів.

Відмінності між реальною та ідеальною корпоративною культурою мають відповідну залежність від курсу навчання майбутніх фахівців.

Аналізуючи задоволеність культурою організації, відповідно до визначення відмінностей між реальним та ідеальним оцінюванням, констатуємо, що вона більша на IV курсі ($H = 10,88$, при $p=0,028$) (табл.2.10).

Таблиця 2.10

**Порівняння оцінювання майбутніми фахівцями привабливості
реальної та ідеальної корпоративної культури**

Шкали	I курс	II курс	III курс	IV курс	V курс		P
Потреба в інтенсивній творчій роботі	-0,73	-0,35	-0,89	-0,77	-0,83	2,59	0,629
Потреба в легкій роботі	-3,35	-2,79	-3,5	-3,26	-3,14	1,53	0,821
Задовільні умови праці	-2,64	-2,72	-3,07	-2,69	-2,91	2,96	0,565
Матеріальне заохочення	-2,31	-2,17	-1,87	-1,5	-2,21	5,96	0,202
Потреба в конструктивній взаємодії	-2,82	-2,23	-2,71	-1,76	-2,86	10,88	0,028
Потреба в повазі й визнанні	-2,65	-2,39	-2,54	-2,42	-2,62	0,99	0,911
Мотивація трудової діяльності працівників	-1,46	-1,48	-1	-1,11	-1,7	3,96	0,411
Участь фахівців організації в управлінні	-2,16	-2,5	-2,62	-2,69	-2,37	2,16	0,707
Потреба в досягненні успіхів компанії	-2,94	-2,61	-2,66	-2,46	-2,84	2,73	0,605
Єдність колективу компанії	-2,04	-2,15	-2,18	-1,76	-2,03	1,56	0,817
Визначеність в організації праці	-3,89	-3,59	-4,27	-3,92	-4,06	2,72	0,605
Невизначеність у роботі	0,58	0,29	0,93	0,46	0,88	2,06	0,725

На основі проведеного дослідження щодо оцінювання привабливості корпоративної культури закладу вищої освіти було визначено, що загалом культура закладу є непривабливою для значної кількості майбутніх фахівців. Непривабливість визначалася за такими параметрами: потреба в повазі та визнанні, потреба в легкій роботі.

Застосування Н-критерію Крускала-Уоліса дало змогу дійти висновку, що впродовж усього навчання найбільше піддається змінам шкала «потреба в конструктивній взаємодії», де $H=10,88$, при $p \leq 0,03$.

Відповідно до такого, можемо узагальнити, що непривабливими складовими корпоративної культури є не лише «важкість у процесі навчання» й «достатнє визначення його змістового наповнення», але й дефіцит «хороших взаємин у групі», недостатні «спрямованість майбутніх фахівців на досягнення успіхів компанії» та «єдність колективу».

Стосовно гносеологічно-сміслового компонента корпоративної культури майбутніх фахівців були визначено властиві ознаки визначення ними сили та рівнів розвитку корпоративної культури ЗВО. Відповідно до отриманих результатів дослідження щодо оцінки сили організаційної культури, враховувалося, що якщо загальна сума балів складала 52, то це свідчить, що в закладі (установі) наявна сильна корпоративна культура; якщо ж сума балів дорівнювала 26-51, то для організації властивий середній рівень вираження корпоративної культури; якщо отримано менше 25 балів, то корпоративна культура компанії не допомагає пристосуватися до зовнішнього середовища і не відповідає потребам її членів. На основі проведеного дослідження були отримані показники, які представлені на рис. 2.3.

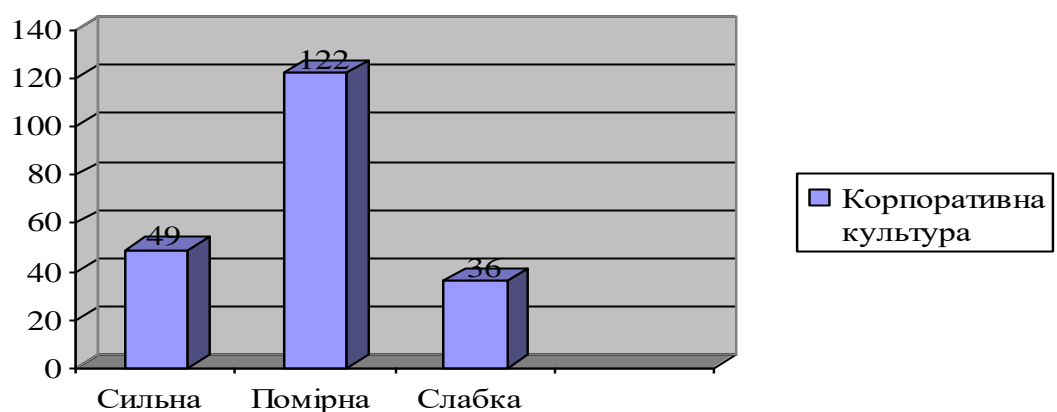


Рис. 2. 3. Розподіл параметрів сили корпоративної культури закладу вищої освіти з позиції майбутніх фахівців

Проаналізувавши представлені на рис. 2.3 результати, можемо підсумувати, що чимало студентів – 58,9% (122 особи) визначають

корпоративну культуру як помірно сильну, а 23,6% (49 осіб) як сильну. Решта – 17,5% (36 осіб) майбутніх фахівців відмітили, що корпоративна культура не сприяє пристосуванню до наявних умов закладу вищої освіти і не відповідає їхнім потребам.

На основі використання Н-критерію Крускала-Уоліса було визначено, що відмінності в оцінці сили корпоративної культури в майбутніх фахівців, які навчаються на різних курсах, не простежується, це підтверджується $H=1,64$, що означає $p \leq 0,8$.

На етапі вивчення рівня корпоративної культури в майбутніх фахівців було визначено, що чимало досліджуваних вказують на середній та високий рівень корпоративної культури закладу вищої освіти, у якому вони навчаються. Отримані результати зображені на рис. 2.4.

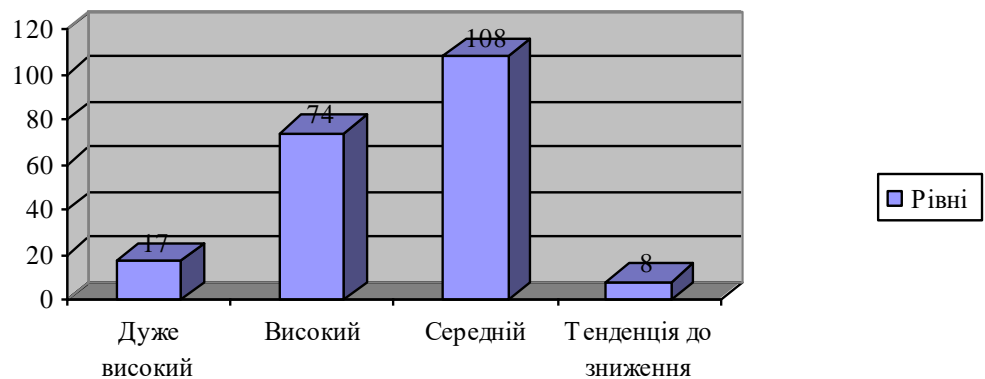


Рис. 2. 4 Результати розподілу рівнів корпоративної культури закладу вищої освіти з позиції майбутніх фахівців

Проаналізувавши представлені на рис. 2.4 результати, можемо підсумувати, що найбільш вираженим є середній рівень корпоративної культури закладу вищої освіти з позиції майбутніх фахівців – 52,2% (108 осіб), а 35,7% (74 особи) відзначили високий рівень корпоративної культури закладу вищої освіти. Решта – 8,2% (17 осіб) зазначили дуже високий та 3,9% (8 осіб) відмітили тенденцію до зниження (низький) рівень корпоративної культури закладу вищої освіти, у якому вони навчаються.

Відповідно до отриманих показників за методикою «Рівень організаційної культури», було визначено, що всі судження є значущими. Окрім того, чимало отриманих відповідей на запропоновані судження корелювали з середнім та високим рівнями, це свідчить, що корпоративна культура є адекватною. Також важливо зазначити, що в контексті реалізації цієї методики отримані відповіді від респондентів були розподілені за низкою досліджуваних складових, а саме: комунікація, мотивація та мораль, робота, управління. А отримані результати за кожною з них представимо у вигляді графіка (рис.2.5).

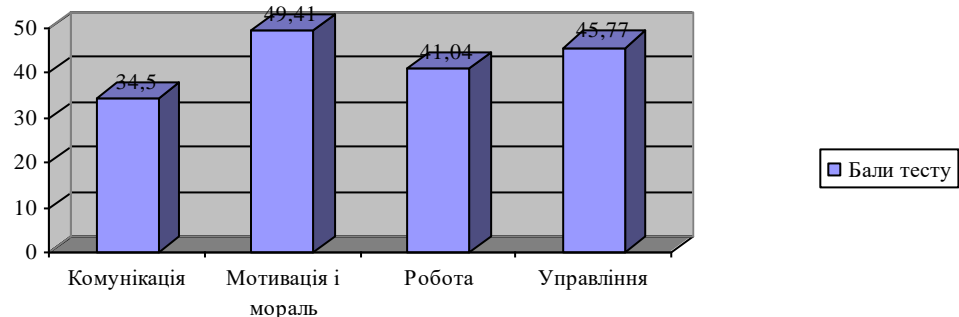


Рис. 2. 5. Результати розподілу рівнів корпоративної культури за вираженими шкалами

На основі отриманих результатів можемо констатувати, що для респондентів найбільш вираженими є такі показники, як мотивація і мораль (49,41); управління (45,77), робота (41,04), а комунікація (34,5) має найменше вираження.

За результатами аналізу зазначених в цій методиці запитань, які поєднуються у відповідний параметр, можемо узагальнити, що в закладі вищої освіти спостерігаються такі тенденції в межах корпоративної культури: стимулюється активність і енергійність; налагоджені взаємини; панують взаємодія й повага один до одного; професійно оцінюється праця; розв'язуються конфліктні ситуації на професійному рівні; розподіляються повноваження на нижні рівні управління; є виразна спрямованість на інновації.

Як негативні були визначені такі параметри корпоративної культури, а саме: чітко визначені практичні інструкції та правила поведінки всіх фахівців; комплекс комунікацій, тобто різні форми, засоби й методи роботи; є бар'єри під час отримання інформації в середині організації; також відсутнє заохочення стосовно двостороннього спілкування.

Відмінності оцінки рівня корпоративної культури майбутніми фахівцями відповідно до курсу навчання демонструє незначні розбіжності показників, які є несуттєвими.

В процесі дослідження було визначено, що середній рівень корпоративної культури засвідчили 52,2% майбутніх фахівців, високий – 35,7%, а в процесі обрахування загального індексу досліджуваної корпоративної культури домінували такі шкали, як управління, мотивація та мораль. Окрім того, динаміку оцінювання рівня корпоративної культури залежно від курсу навчання та професійної підготовки респондентів не визначено, що підтверджується $N=1,12$, при $p \leq 0,89$.

За результатами описової статистики були визначені показники середнього значення, стандартного відхилення, максимального та мінімального значення, моди, медіани та асиметрії вимірюваних у студентів показників діяльнісно-вчинкового компонента корпоративної культури, які відображені у таблиці 2.11

Таблиця 2.11

Кількісні показники мір центральної тенденції діяльнісно-вчинкового (ДВ) компонента корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю

Міри центральної тенденції	Діяльнісно-вчинковий компонент (ДВ)		
	ПК ЗВО	ПАК	СПР РГ КСД
Середнє значення	5,0	5,0	5,0
Стандартне відхилення	1,7	2,2	2,0
Максимальне значення	9	10	10
Мінімальне значення	2	1	1

Мода	4	4	5,3
Медіана	3	4	5,1
Асиметрія	-1,02	-0,32	0,29

*ПК ЗВО – психологічний клімат закладу вищої освіти; ПАК – психологічна атмосфера; СПР РГ КСД - соціально-психологічний рівень розвитку готовності до корпоративного спілкування та діяльності.

Так, показники діяльнісно-вчинкового компонента корпоративної культури майбутніх фахівців (ГС) розподілилися відповідно до кривої нормального розподілу. Середнє значення ПК ЗВО ($M = 5,0$), однорідність результатів ($G = 1,7$), медіана ($Me = 3$), мода ($Mo = 4$), мінімальне та максимальне значення ($X_{min} = 2$; $X_{max} = 9$) та лівостороння асиметрія ($A = -1,02$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та нижчі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властива оцінка психологічного клімату ЗВО як оптимального чи низького.

Середнє значення ПАК ($M = 5,0$), однорідність результатів ($G = 2,2$), медіана ($Me = 4$), мода ($Mo = 4$), мінімальне та максимальне значення ($X_{min} = 1$; $X_{max} = 10$) та лівостороння асиметрія ($A = -0,32$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та нижчі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивою оцінка психологічної атмосфери академічної групи за ознаками успішності, результативності, співробітництва, взаєморозуміння в процесі корпоративної взаємодії.

Середнє значення СПР РГ КСД ($M = 5,0$), однорідність результатів ($G = 2,0$), медіана ($Me = 5,1$), мода ($Mo = 5,3$), мінімальне та максимальне значення ($X_{min} = 1$; $X_{max} = 10$) та правостороння асиметрія ($A = 0,29$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та вищі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властивою готовність до корпоративного спілкування та діяльності.

У цілому досліджувані показники частіше відповідають нижчим за середнє із загальною тенденцією до середини та свідчать про перевагу середнього і низького рівнів розвитку діяльнісного вчинкового компонента корпоративної культури майбутніх фахівців. Про це ж свідчить відсоткове

співвідношення кількості досліджуваних з низьким, середнім та високим рівнями розвитку діяльнісно-вчинкового компонента (табл. 2.12, дод. В.3).

Таблиця 2.12

Співвідношення кількості досліджуваних з низьким, середнім та високим рівнями розвитку діяльнісно-вчинкового компонента(у%)

Рівні розвитку ДВ	Кількість досліджуваних
Високий	16,3
Середній	67,4
Низький	16,3

У процесі проведеного дослідження психологічного клімату ЗВО були визначені бали, які відображені в таблиці 2.13.

Таблиця 2.13.

Показники оцінка психологічного клімату в закладі вищої освіти з позиції майбутніх фахівців

Рівень	Бали	Частка отриманих відповідей, у%	Сума, у %
Ідеальний	10	2	5,6
	9	1,7	
	8	1,9	
Оптимальний	7	6,4	14,9
	6	8,5	
Середній	5	11,7	25,1
	3	13,4	
Низький	2	22	22,0
Дуже низький	1	14,4	14,4

Отримані результати засвідчили, що значна кількість майбутніх фахівців вказували на середній та низький рівень психологічного клімату в закладі вищої освіти, де вони навчаються. Окрім того, усі показники були розподілені за такими параметрами, як: відкритість, відповідальність, згуртованість, колективізм, контактність, організованість, поінформованість. Проаналізувавши отримані дані, маємо зазначити, що з точки зору майбутніх

фахівців найкращими показниками психологічного клімату в організації є поінформованість і контактність, а найменш суттєвим – згуртованість. Також важливо зауважити, що відмінності значень окреслених параметрів відповідно до курсу навчання не простежується.

Також нами було з'ясовано, що 35,4% майбутніх фахівців оцінюють психологічний клімат у закладі вищої освіти на рівні середньому рівні, а 21,3% – на низькому. Окрім того, інша частина досліджуваних, а саме 24,6% зазначають, що психологічний клімат у рідній установі є оптимальним, тоді як 18,7% вважають його низьким. Згідно з U - критерієм Манна-Уїтні, визначено, що вагоме значення для досліджуваних мали такі особливості психологічного клімату в групі, як колективізм, $U=362,5$, де рівень значущості $\leq 0,05$; контактність – $U=245,5$, де рівень значущості $\leq 0,001$; відкритість – $U=240,5$, де рівень значущості $\leq 0,001$.

Аналізуючи психологічний клімат в академічній групі студентів, маємо зазначити, що її позитивний зміст майбутні фахівці визначили за такими ознаками: успішність, результативність (у роботі) та співробітництво, взаєморозуміння в процесі міжособистісної взаємодії, де $U=272,4$, а рівень значущості $\leq 0,05$.

Водночас, проаналізувавши отримані результати, можемо підсумувати, що основними показниками психологічної атмосфери в академічній групі студентів були задоволеність-незадоволеність, кооперація-неузгодженість та захоплення-байдужість. Відповідно до отриманих даних, можемо виділити почуття впевненості, довіри та надійності, сприятливі умови для роботи та комунікації, бажання та потребу навчатися в певній групі як ознаки готовності до корпоративного спілкування й діяльності, що свідчать про достатню сформованість у досліджуваних практико-дійової основи становлення корпоративної культури.

Використовуючи для аналізу отриманих результатів H-критерій Крускала-Уоліса, фіксуємо відмінності в параметрах психологічної атмосфери академічної групи студентів на відповідному курсі навчальної

діяльності. Отже, було визначено, що показник на III курсі «товариськість – ворожість» - $N=6,87$, де рівень значущості $\leq 0,05$ підвищується в бік «товариськості», а потім простежується зниження на IV курсі. А, наприклад, на II курсі показник «взаєморозуміння, підтримка – недоброзичливість» складає $N=8,26$, де рівень значущості $\leq 0,05$ підвищується, а згодом, на III курсі, спостережено його зниження і відсутність зростання до закінчення освітнього процесу. Отримані результати представлені у таблиці 2.14.

Таблиця 2.14

Відмінності у показниках психологічної атмосфери в академічній групі студентів усіх курсів навчання

Показники	Курс						
	I	II	III	IV	V	Н	p
Товариськість – Ворожість	2,54	3,65	4,25	3	3,34	6,78	0,041
Згода – Незгода	2,73	3,75	3,32	3,16	3,35	4,31	0,343
Задоволеність – Незадоволеність	3,15	3,73	3,24	3,43	3,54	3,05	0,527
Результативність – Нерезультативність	3,05	3,41	3,54	3,26	3,25	2,55	0,654
Теплота – Холодність	3,26	3,56	3,74	3,72	3,63	1,33	0,875
Кооперація – Неузгодженість	2,53	3,37	3	2,62	2,78	3,7	0,417
Взаєморозуміння – Недоброзичливість	3,17	4,54	3,51	3,47	3,53	8,26	0,051
Захопленість – Байдужість	3,67	4,23	3,96	3,71	4,28	4,44	0,35
Зацікавленість – Одноманітність	3,34	3,46	3,75	3,32	3,66	2,1	0,715
Успішність – Безуспішність	2,73	3,24	3,16	3,14	3,66	1,53	0,84
Психологічна атмосфера	3,1	3,54	3,47	3,54	3,64	3,36	0,5

Проаналізувавши дані, які зображені в таблиці, можемо стверджувати, що процеси, які відбуваються в академічній групі студентів, є некерованими,

тому вони стихійно впливають на емоційну сферу групи. Необхідно зазначити, що це може впливати як на успішність навчання, так і на подальший розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців.

Під час проведення дослідження за методикою «Пульсар» було визначено, що за критеріями спрямованості та рівня розвитку свого колективу 52,4% (108 осіб) майбутніх фахівців перебувають на високому рівні, що свідчить про їхню згуртованість, працелюбність, а також про високу ефективність діяльності кураторів та наставників. Крім того, 27,8% (58 осіб) респондентів указують на достатню зрілість колективу, здатність виконувати групові завдання, проте зазначають, що їхні менеджери є псевдоефективними кураторами, при цьому 15,4% (32 осіб) майбутніх фахівців теж зазначають про зрілість на недостатньому рівні, що означає неспроможність продуктивно розв'язувати запропоновані завдання, а управління над ними реалізують формально ефективні куратори. А 4,4% (9 осіб) студентів діагностують низький рівень, що дає можливість стверджувати про нездатність цих груп і неефективність роботи кураторів.

Згідно з U - критерієм Манна-Уїтні, досліджено, що на збільшення загального рівня показника рівня розвитку навчальної групи студентів впливають такі фактори як: згуртованість, референтність, об'єднаність, підготовленість до праці і організованість, при $U=651$, рівень значущості $p \leq 0,04$.

За результатами описової статистики були визначені показники середнього значення, стандартного відхилення, максимального та мінімального значення, моди, медіани та асиметрії вимірюваних у студентів показників індивідуально-особистісного компонента корпоративної культури, які відображені у таблиці 2.15.

Таблиця 2.15

Кількісні показники мір центральної тенденції індивідуально-особистісного (ІО) компонента корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю

Міри центральної тенденції	Індивідуально-особистісний компонент (ІО)
	Вольова саморегуляція
Середнє значення	5,0
Стандартне відхилення	2,1
Максимальне значення	8
Мінімальне значення	1
Мода	4,1
Медіана	4
Асиметрія	-0,04

Так, показники індивідуально-особистісного компонента корпоративної культури майбутніх фахівців (ІО) розподілилися відповідно до кривої нормального розподілу. Середнє значення ПК ЗВО ($M = 5,0$), однорідність результатів ($G = 2,1$), медіана ($Me = 4$), мода ($Mo = 4,1$), мінімальне та максимальне значення ($X_{min} = 1$; $X_{max} = 8$) та лівостороння асиметрія ($A = -0,04$) свідчать про те, що досліджувані студенти частіше виявляють середні показники та нижчі за середнє із загальною тенденцією до середини. Для них є властиві середній та низький рівень вольової саморегуляції. Відсоткове співвідношення кількості досліджуваних з низьким, середнім та високим рівнями розвитку індивідуально-особистісного компонента представлено у табл. 2.16 (дод. В.4).

Таблиця 2.16

Співвідношення досліджуваних з низьким, середнім та високим рівнями розвитку індивідуально-особистісного компонента (у%)

Рівні розвитку ІО	Кількість досліджуваних (%)
Високий	1,3
Середній	47,2
Низький	46,1

Отримані результати засвідчили, що більшість досліджуваних характеризуються недостатнім рівнем вольової саморегуляції, щастково володіють власною поведінкою у різних ситуаціях, що знижує здатність свідомо управляти своїми діями, станами та спонуканнями.

Відмінності вольової саморегуляції майбутніх фахівців відповідно до курсу навчання мали незначні розбіжності показників, які є несуттєвими.

Згідно з U - критерієм Манна-Уїтні, визначено, що вагоме значення для досліджуваних мали такі особливості вольової саморегуляції, як наполегливість, $U=243,7$, де рівень значущості $\leq 0,001$ та самоконтроль – $U=242,5$, де рівень значущості $\leq 0,001$.

Відповідно з таким рівень розвитку вольової саморегуляції майбутніх фахівців економічного профілю може бути охарактеризований в цілому й окремо за такими властивостями характеру як наполегливість і самоконтроль, які у своїх проявах на високому та середньому рівнях вольової саморегуляції притаманні особам емоційно зрілим, активним, незалежним, самостійним. Для них характерний спокій, впевненість у собі, стійкість намірів, реалістичність поглядів, розвинене почуття власного обов'язку. Як правило, вони добре рефлексують корпоративні цінності, мотиви, планомірно реалізують наміри, вміють розподіляти зусилля і здатні контролювати свої вчинки; їм властива виражена соціально-позитивна спрямованість на розвиток корпоративної культури. Іноді можливе зростання внутрішньої напруженості, пов'язаної із прагненням проконтролювати кожен нюанс власної поведінки і тривогою з приводу її спонтанності.

Низький рівень спостерігається у досліджуваних чуттєвих, емоційно нестійких, ранимих, невпевнених у собі. Рефлексивність у них невисока, а загальний фон активності, як правило, знижений, їм властива іпульсивність і нестійкість намірів. Це може бути пов'язано як із незрілістю, так і з вираженою витонченістю натури, яка не підкріплена здатністю до рефлексії і самоконтролю.

Отже, нами здійснений аналіз результатів емпіричного дослідження аксіологічно-мотиваційного, гносеологічно-сміслового, діяльнісно-вчинкового, індивідуально-особистісного компонентів корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю різного року навчання (I-Vкурсів), що показав середній та низький рівні розвитку вивчаємих компонентів, що свідчить про недостатній рівень сформованості корпоративної культури у досліджуваних студентів.

2.3. Психологічні чинники становлення корпоративної культури майбутніх фахівців

Основним завданням цього підрозділу дисертаційної роботи став кореляційний аналіз показників аксіологічного-мотиваційного, гносеологічного-сміслового, діяльнісно-вчинкового, індивідуально-особистісного компонентів корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю. Для реалізації такого завдання, а також виявлення психологічних чинників становлення корпоративної культури у досліджуваних було використано метод кореляції рангу Спірмена, який розглядається як непараметрична міра статистичної залежності між двома змінними, на вибірці 207 досліджуваних, тому навіть несуттєві значення коефіцієнту є важливими.

Цей критерій надав можливість оцінити, наскільки добре можна описати відношення між двома змінними за рахунок монотонної функції, крім того, він підходить для безперервних та дискретних змінних, а також порядкових коефіцієнту Спірмена, що дає змогу визначити важливі кореляційні зв'язки (дод. В.4).

Для здійснення кореляційного аналізу важливо зауважити на тому, що використаний психодіагностичний інструментарій містить суттєві відмінності в змісті та конструкції тестового матеріалу та завдань. Методика «Оцінка привабливості організаційної культури» містила завдання, які

вивчають саме умови в організації. Завдання опитувальника рівня організаційної культури є подібними за змістовим наповненням до цього опитувальника.

Опитувальник «Рівень організаційної культури» Т. Соломанідіної має чимало спільного з вищезазначеною методикою, але завдання, які містяться в ньому, формують тільки одну шкалу і спрямовані на визначення основних чинників розвитку позитивної мотивації майбутніх фахівців.

Методика «Оцінка мотивації організаційної поведінки» має теоретичну базу, відповідно до якої в основі мотивації діяльності лежать гігієнічні та мотиваційні чинники. Узагальнивши змістове наповнення зазначених двох факторів, можемо дійти висновку, що вони відрізняються від вищезазначених опитувальників.

Аналізуючи методику «Оцінка психологічної атмосфери в колективі» А. Фідлера, маємо зазначити, що вона відрізняється від попередніх тестів тим, що є суб'єктивною методикою, оскільки в процесі її проходження, опитуваним пропонується оцінити колектив, а не саму установу. Тому важливість цієї методики полягає саме в суб'єктивному характері.

На відміну від описаної методики, тест «Визначення психологічного клімату в організації» А. Крилова, С. Манічевої містить емпіричні індикатори відношень різного типу, що свідчить про його цінність із точки зору тлумачення об'єктивних стосунків.

Тест «Експрес-діагностики соціальних цінностей особистості (Н. Фетіскін, В. Козлов, Г. Мануйлов) та опитувальник «Дослідження вольової саморегуляції» (А. Зверьков, Е. Ейдман), перший з яких спрямований на вивчення особистісних показників соціальних цінностей, а другий – на виявлення й оцінку довільного самоконтролю поведінки, саморегуляції емоцій, та які за змістовим наповненням тестових завдань не мають ніякого відношення до умов праці в установі чи компанії.

Оскільки використані методики мають суттєві відмінності на якісному рівні, то кореляції між отриманими показниками описаних методик мають

дещо умовний характер. Аналізуючи внутрішні кореляції методик, можемо зауважити, що всі показники за методикою «Оцінка привабливості організаційної культури» мають міцні внутрішні кореляції, що свідчить про аргументованість загальної шкали привабливості. Отримані кореляції між реальним оцінюванням умов праці та ідеальним баченням є значущими та позитивними, на відміну від показника бажаної інтенсивної творчої діяльності, який більш виражено корелює лише з реальною інтенсивною творчою роботою. Міцні позитивні кореляції між реальною та ідеальною оцінкою праці означають, що реальні умови дають змогу формувати домагання, і чим кращі умови, тим вищий рівень домагань. Також важливо підкреслити, що внутрішні кореляції всіх інших методик є теж позитивними і значущими, тому вважаємо, що не потрібно приділяти увагу детальному обґрунтуванню.

Окрім того, аналізуючи кореляції індивідуальних цінностей з іншими отриманими результатами дослідження, маємо констатувати, що їх не так багато. Вважаємо за необхідне проаналізувати особистісні цінності, рівень значущості яких є $<0,01$, що, на наш погляд, дасть змогу визначити найбільш стійкі закономірності. Отже, виражені кореляційні зв'язки між професійними цінностями і задоволеністю участю персоналу в управлінні, а саме $r=0,14$, а рівень значущості менше $0,01$. А наприклад, матеріальні цінності не мають сильних кореляцій з іншими показниками дослідження. При цьому сімейні цінності будуть більш виражені, чим сильнішим є бажання мати легшу роботу, при $r=0,16$; де рівень значущості $<0,01$, бажана потреба в авторитеті, при $r=0,19$; де рівень значущості $<0,001$, потреба в досягненні успіхів компанії, при $r=0,21$; де рівень значущості $<0,001$. Бажана привабливість у цілому має значущу та позитивну кореляцію з сімейними цінностями, що підтверджує $r=0,18$, а рівень значущості $<0,01$. При цьому важливо зазначити, що соціальні цінності не мають міцних кореляційних зв'язків з іншими отриманими результатами дослідження. Також було визначено, що громадські цінності мають позитивний кореляційний зв'язок з оцінкою

ворожості групи, при $r=0,15$, а рівні значущості $<0,01$, недоброзичливості, при $r=0,16$, $p<0,01$ та байдужості, при цьому за критерієм Спірмена $r=0,18$, а рівень значущості $<0,01$, і в цілому з негативною оцінкою групи, де $r=0,15$, а рівень значущості $<0,01$. Крім того, було визначено, що духовні цінності матимуть вищий рівень, за умови, якщо буде вища оцінка ворожості колективу, де $r=0,22$, а рівень значущості менше $0,001$; розбіжність у колективі, при $r=0,17$, де рівень значущості $<0,01$; недоброзичливості, при $r=0,17$, а рівень значущості $<0,01$ та байдужості, що підтверджується такою кореляцією: $r=0,15$, $p<0,01$. Кореляція є позитивною та значущою, де $r=0,17$, $p<0,01$ між силою духовних цінностей та негативною психологічною атмосферою. На основі отриманих даних можна стверджувати, що існування духовних цінностей збільшує чутливість до негативних аспектів взаємин у групі. Також варто зауважити, що не простежуються сильні кореляційні зв'язки між фізичними й інтелектуальними цінностями з іншими отриманими даними дослідження.

Окремий проведений нами кореляційний аналіз дав змогу виявити такі показники. У корпоративній культурі мотивація та мораль мають зв'язок із задоволенням потреби в інтенсивній та творчій роботі, при $r=0,18$, а рівні значущості $<0,05$ та в поєднанні з потребою в легкій праці, за Спірменом, $r=0,17$, а рівні значущості $p<0,05$, також із задоволенням матеріальним забезпеченням роботи, де $r=0,17$, а рівень значущості при цьому $<0,05$. Визначено, що чим вища мотивація та мораль, чим більший рівень задоволеності змістом роботи, що підтверджується такими даними: $r=0,22$, а рівень значущості при цьому $p<0,01$. Крім того, важливо зазначити, що загальна корпоративна культура також стає вищою за умови зростання задоволеності змістом роботи, де $r=0,15$, а рівень значущості при цьому $<0,05$.

Також було визначено, що підвищення прагнення до більш креативної та інтенсивної роботи позитивно корелює з мотивацією та мораллю, що підтверджується $r=0,25$, $p<0,01$, та з сумарним показником корпоративної

культури, де відповідно за методом кореляції Спірмена $r=0,18$, а рівень значущості $<0,05$.

Крім того, чим вища потреба в підвищенні матеріального забезпечення своєї діяльності, тим менш цінними є мотиваційні чинники, що підтверджується відмінним показником, $r=-0,24$, а рівень значущості при цьому $<0,01$. Також важливо зауважити, що підвищення трудової мотивації та участь співробітників в управлінні теж зменшують цінність мотиваційних чинників, а саме r від $-0,24$ до $-0,21$, де рівень значущості менше $0,01$.

Сила корпоративної культури, на яку впливає позитивна зовнішня мотивація, базується на матеріальному задоволенні, відповідно $r=0,23$, а рівень значущості при цьому $<0,01$, задоволеній потребі в конструктивних взаєминах, де $r=0,20$, а рівень значущості $p<0,01$, у повазі й визнанні, де $r=0,4$, а рівень значущості $<0,001$, задоволеному бажанні в досягненні успіху організації, де $r=0,27$, а рівень значущості $<0,001$ та згуртованості колективу при $r=0,22$, $p<0,01$. Стосовно більш узагальнених зв'язків, то важливо зазначити, що сила корпоративної культури є вищою за умови високого рівня відданості своїй організації, де $r=0,30$, а рівень значущості $<0,001$ та сумарна привабливість організації становить, $r=0,24$, а рівень значущості $<0,01$. На основі цього динаміка сили корпоративної культури є незначною.

Отримані результати щодо оцінки психологічного клімату мають кореляції із задоволеністю умовами роботи. Насамперед, згуртованість має зв'язок із задоволенням бажання в інтенсивній творчій роботі, що, згідно з критерієм Спірмена, $r=0,15$, а рівень значущості є $<0,05$. Задоволеність бажання в легкій роботі поліпшує психологічний клімат, де r від $0,15$ до $0,18$, а рівень значущості при цьому становить $<0,05$, не враховуючи дані відповідальності та організованості. У процесі зростання рівня задоволеності бажання в конструктивних взаємовідносинах підвищується організованість ($r=0,20$, $p<0,05$). Реалізація потреби в повазі й визнанні та авторитеті має позитивну кореляцію з іншими показниками психологічного клімату, а саме r від $0,18$ до $0,24$, при цьому рівень значущості є $<0,01$, не беручи до уваги

відповідальність. Мотивація трудової діяльності працівників позитивно впливає на всі показники психологічного клімату, де r від 0,15 до 0,21, а рівень значущості при цьому є $<0,01$. Крім того, згуртованість колективу позитивно впливає на всі без винятку показники психологічного клімату r від 0,17 до 0,22, $p < 0,01$, не враховуючи відповідальності.

Кореляційний аналіз показників методик «Оцінка привабливості організаційної культури» та «Психологічного клімату ЗВО» показав, що зміст діяльності має позитивні кореляції з психологічним кліматом (r від 0,10 до 0,20, а рівень значущості при цьому $<0,05$), не враховуючи організованості та відповідальності. Відданість своїй роботі має позитивну кореляцію з контактністю, що підтверджується даними ($r=0,15$, а рівень значущості становить $<0,05$), організованістю, де $r=0,15$, $p < 0,05$, а також із належною поінформованістю, при цьому $r=0,15$, а рівень значущості є $<0,05$. Окрім того, загальна привабливість праці має виражені позитивні кореляції з психологічним кліматом, де r від 0,18 до 0,2, а рівень значущості при цьому становить $<0,05$, не враховуючи згуртованості й відповідальності.

Бажання підвищити матеріальне забезпечення роботи може вплинути на зниження оцінки згуртованості, де було отримане мінусове значення $r = -0,2$, при рівні значущості $<0,05$, а також відкритості, де $r = -0,16$, $p < 0,05$. А потреба в збільшенні досягнення успіху установи може зменшити оцінку згуртованості, що підтверджується мінусовим значенням, при $r = -0,15$, а рівень значущості при цьому становить $<0,05$, відкритості, де $r = -0,17$, $p < 0,05$, організованості ($r = -0,19$, $p < 0,05$). Прагнення до легкої роботи має кореляційні зв'язки з матеріальними цінностями, де $r=0,17$, а рівень значущості при цьому становить $<0,05$, і фізичними цінностями, за кореляційним критерієм Спірмена, $r=0,16$, а рівень значущості $<0,05$.

Окрім того, сімейні цінності є більш важливими, чим вищою є ідеальна привабливість, визначено, що $r=0,25$, а рівень значущості при цьому становить $<0,001$, не враховуючи такі складові привабливості, як інтенсивна та креативна робота, потреба в конструктивних взаєминах, згуртованість

групи. Також важливо відмітити, що соціальні цінності мають кореляції з ідеальною привабливістю, де $r = 0,15$, а рівень значущості $<0,05$, але за допомогою зв'язку з матеріальним забезпеченням, де $r=0,18$, $p<0,05$, потребою в хороших взаємовідносинах, де $r=0,16$, а рівень значущості становить $<0,05$, мотивацією трудової діяльності, де $r=0,2$, $p<0,05$ та потребою в досягненні успіху організації, за критерієм Спірмена, $r=0,17$, а рівень значущості при цьому $<0,05$.

Організований комунікативний процес має позитивні й негативні аспекти. Насамперед, коли комунікативний процес у компанії є розвиненим, то суб'єктивна оцінка психологічної атмосфери може знижуватися, де $r=0,17$, а рівень значущості при цьому становить $<0,05$, шляхом зростання негативних оцінок, таких як: незадоволеність ($r=0,18$, $p<0,05$), холодність ($r=0,22$, $p<0,01$), недоброчливість ($r=0,18$, $p<0,05$), байдужість, де $r=0,18$, а рівень значущості становить $<0,05$. Але якщо комунікативний процес є більш розвиненим, то є значна ймовірність його вираження в позитивний чи негативний бік, але, на наш погляд, негативний аспект увиразнюється завдяки відкритості стосунків у поєднанні з більшою суб'єктивною важливістю різних нехороших ситуацій у комунікації.

Сила корпоративної культури оцінюється у бік збільшення, коли оцінка відкритості групи також підвищується, що підтверджується таким даними: $r=0,22$, а рівень значущості при цьому становить $<0,01$. Крім того, чим більш цінними для досліджуваного є професійні цінності, тим більше він оцінює силу корпоративної культури, при цьому $r = 0,18$, а рівень значущості $<0,05$.

Аналізуючи групи соціальних цінностей та рівні вольвої саморегуляції у майбутніх фахівців, які навчалися на різних курсах, ми не виявили значних відмінностей, але впродовж усього освітнього процесу для студентів стали важливими професійні цінності (158,56 бала на I курсі та 166,34 бала на V курсі навчання) ($U=659$, де рівень значущості є $0,05$).

Таким чином, нами було з'ясоване існування кореляції між інтегральними особливостями розвитку колективу (орієнтованістю,

організованістю, згуртованістю, активністю, інтегративністю) та цінностями майбутніх фахівців, де згідно з критерієм Спірмена $r = 1,54$, а рівень значущості становить $p \leq 0,05$. Визначено, що як життєво важливі цінності більшість майбутніх фахівців економічного профілю обирає фізичні, матеріальні та інтелектуальні, а родинні, духовні, соціальні властиві меншій частині досліджуваних.

З метою проведення факторного аналізу для порівняння психологічних чинників, які впливають на розвиток корпоративної культури в майбутніх фахівців за рахунок застосування методу власних значень або кам'яного осипу (scree plot), було відібрано досліджуваних із протилежно вираженими показниками за складовими корпоративної культури. Крім того, було враховано нерівномірність розподілу опитуваних у групах та особливості відокремлення досліджуваних групи із вираженими середніми показниками за складовими корпоративної культури.

До списку змінних факторного аналізу було уведено шкали всіх проведених методик, виняток склали загальні фактори, що допомогло уникнути помилок, оскільки фактор виникає технічно за рахунок кореляції між сумою та її компонентами.

Для проведення факторного аналізу були відібрані показники з високим та низьким рівнем розвиненості корпоративної культури.

За допомогою методу основних компонент із варімакс (Varimax) обертанням реалізовувався факторний аналіз, що сприяв отриманню максимально незалежних факторів, які лежать в основі корпоративної культури.

На основі цього були визначено групи досліджуваних із різними рівнями прояву корпоративної культури, зокрема з високим, що становила 30,5 % (63 особи) опитуваних і називалася «сильною групою», і низьким рівнем, яка була характерна для 38,9% (81 осіб) майбутніх фахівців – слабка група.

За допомогою методу власних значень або кам'яного осипу (scree plot),

точного методу реалізації значень своїх навантажень, факторів значення одиниці та методу паралельного факторного аналізу симульованих показників було визначено кількість факторів. А отримані результати методу власних значень представлені на графіках.

Проведений факторний аналіз з метою вибірки з високими балами за допомогою методу власних значень дав можливість виділити п'ять факторів. Власні значення досягають одиниці після одинадцятого фактора. Лінія теоретичних власних значень, розрахованих за симульованими даними, перетинає лінію емпіричних навантажень на рівні 4 факторів. Далі необхідно проаналізувати таблицю факторних навантажень кожної змінної, яка представлена.

Загальну дисперсію змінних, яка характеризується зазначеною структурою з чотирьох факторів і складає 59%, можна вважати позитивним результатом у дослідженні структури корпоративної культури. Крім того, вважаємо за необхідне проаналізувати всі чотири фактори.

Першим фактором є психологічний клімат у групі. Цінність такого значущого показника, як задоволеність, простежується в сильній групі, що свідчить про важливу роль індивідуального ставлення до освітнього процесу. Але необхідно зазначити, що існує суттєва різниця в змістовому наповненні цього чинника. Насамперед на першому місці стоїть продуктивність, що свідчить про спрямованість майбутніх фахівців, які входять до сильної групи, на отримання результатів в установі чи організації, а також під час свого навчання. А такі складові, як товарицькість, згода та кооперація підкреслюють роль активності, автономності та самовизначення для майбутніх фахівців. Відповідно до зазначеного, позиція майбутніх фахівців, які входять до сильної групи, набуває ініціативності, що характеризується позитивними результатами з метою розвитку корпоративної культури.

Наступним фактором є патріотизм (відданість, любов), який охоплює такі характеристики: відданість роботі, прагнення до змістовної праці, практична потреба, високий рівень оцінювання мотивації та моралі,

спілкування. Крім того, оцінка за такою шкалою, як робота, згідно з методикою вивчення рівня організаційної культури, значно відрізняється за змістом цього фактора та засвідчує неврахування матеріальних цінностей. Отже, необхідно зазначити, що для більшості майбутніх фахівців цієї групи характерним є переважання загальних організаційних цінностей, а не індивідуальних. Спрямованість студентів на патріотизм свідчить про результат ефективного ототожнення майбутніх фахівців зі своєю організацією чи установою.

Третім фактором є згуртованість та відповідальність, які містять такі складові: відкритість, згуртованість, контактність, наполегливість, самовладнання. Важливість такого показника, як відповідальність, свідчить про високу активність майбутніх фахівців, їхнє задоволення освітнім процесом, усвідомлення значення їхнього навчання та належне почуття свободи у власній праці.

Четвертим фактором є ціннісні орієнтації. Для майбутніх фахівців, які увійшли до сильної групи, характерними є інтелектуальні і професійні цінності, що показує чітко усвідомлений процес оволодіння знаннями, готовність до завдань різної складності, прояв інтересу під час розв'язання інтелектуальних завдань.

Отже, у процесі нашого дослідження було визначено чотири основні психологічні чинники, які лежать в основі корпоративної культури, а саме: психологічний клімат у колективі; патріотизм (відданість, любов); згуртованість і відповідальність; ціннісні орієнтації.

З метою більш точного визначення результатів дослідження для вибірки з низькими показниками необхідно знайти на графіку «власних значень або кам'яного осипу» (scree plot) точку, після якої простежується поетапне зниження власних навантажень факторів.

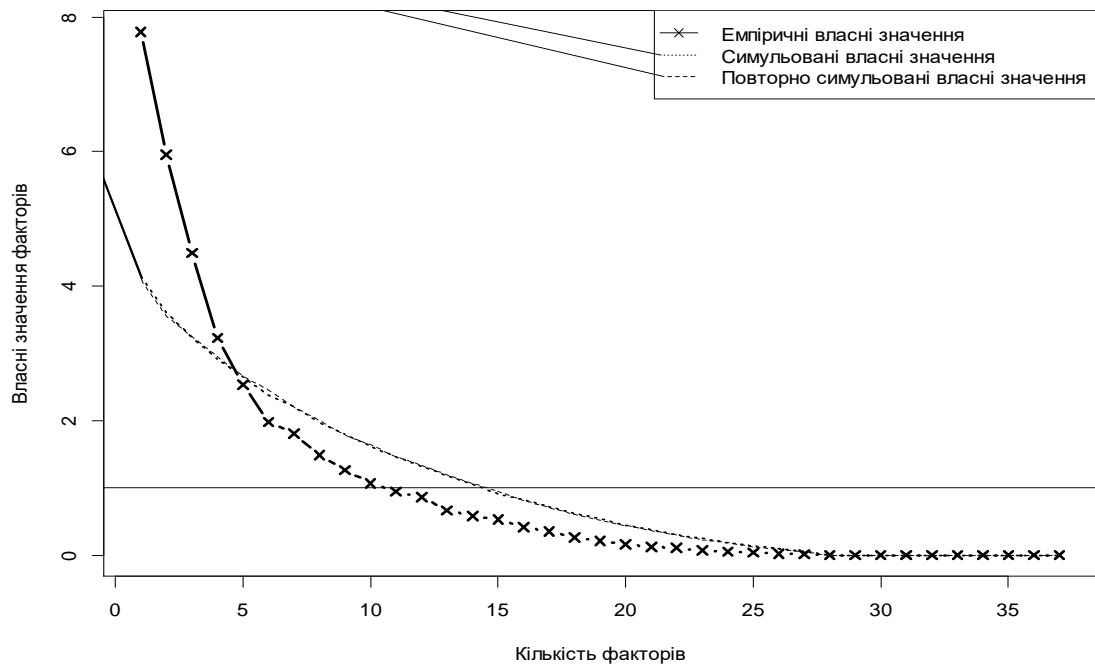


Рис. 2. 6. Факторний аналіз для студентів із низькими показниками

На цьому графіку зазначена точка розташована на значенні п'яти факторів. Власні значення досягають одиниці після 10 фактора. Лінія теоретичних власних значень, розрахованих за симульованими даними, перетинає лінію емпіричних навантажень на рівні вище чотирьох факторів, отже, вважаємо, що необхідно виділити лише чотири (дод. В.5, В.6).

Загальна дисперсія змінних, яка характеризується зазначеною структурою з чотирьох факторів, становить 58%, що свідчить про позитивний результат у дослідженні структури корпоративної культури. На основі цього пропонуємо проаналізувати всі ці фактори.

Перший фактор – це цінність належної емоційної атмосфери в колективі. Під час налагодження конструктивних взаємин майбутні фахівці виділяють у групі такий фактор, як «теплота-холодність» і вважають його основним. У зв'язку з цим, це сприяє поясненню чинника доброзичливих взаємин як одного з головних для майбутніх фахівців. При цьому потреба в теплоті у взаєминах свідчить про порушення цієї якості в реальному житті або її нестачу. Крім того, значення «задоволення - незадоволення» для цих

взаємин відображає індивідуальний чинник, зокрема принцип задоволення, за яким відбувається налагодження конструктивної взаємодії в колективі.

Другим фактором є контактність. Отримані високі показники за такими складовими, як відкритість, відповідальність, організованість свідчать про виражену потребу в контактах. Висока активність допомагає забезпечити бажання і, відповідно, визначені чинники стають важливими для корпоративної культури в майбутніх фахівців. Необхідно зазначити, що цей фактор характеризує зовнішні умови взаємодії майбутніх фахівців у колективі на міжособистісному рівні.

Третім фактором виступає мотивація та змістове наповнення діяльності. До зазначеного фактора належать такі складові: потреба в чітко структурованій та змістовній діяльності, потреба в практичній сфері, патріотизм (відданість, любов) щодо своєї праці, високі оцінки мотивації, моралі і комунікації. Але варто зазначити, що оцінка за такою шкалою, як робота, згідно з методикою рівня організаційної культури, відрізняється за змістовим наповненням цього фактора і характеризує доступність освітнього процесу для майбутніх фахівців, крім того, необхідно виділити деякі складнощі, які виникають у процесі пристосування нових людей до групи, у зв'язку з цим, зазначена шкала перебуває в суперечності до інших параметрів зазначеного фактора. Крім того, до цього фактора належать громадські цінності з мінусовим знаком, що свідчить про зневажання їх за умови високої вмотивованості до праці. Крім того, на психологічне самопочуття в колективі впливає адаптація, рівень мотивації до освітнього процесу, усвідомлення майбутніми фахівцями змістового наповнення та значення освітнього процесу.

Фактор ціннісних орієнтацій належить до четвертої групи та містить такі важливі цінності для майбутніх фахівців зі слабкої групи: інтелектуальні, родинні та матеріальні. На основі цього можна стверджувати, що основна увага майбутніх фахівців спрямована на здатність до прийняття, повагу й авторитет.

Крім того, необхідно зауважити, що для цієї вибірки соціальні цінності не мали важливості, але від їх наявності серед чинників корпоративної поведінки залежить результативність навчання майбутнього фахівця в закладі вищої освіти.

Отже, у процесі дослідження було визначено чотири основні незалежні психологічні чинники, які лежать в основі корпоративної культури, для вибірки з низькими показниками прояву, а саме: психологічний клімат у колективі; контактність; мотивація та змістовне наповнення діяльності; ціннісні орієнтації. Важливим є те, що за цими факторами не простежується динаміка за курсами.

Проаналізувавши факторну матрицю, можемо виділити смислові значення, а саме: «зовнішні вимоги та умови», які дали нам змогу виділити психологічні чинники розвитку корпоративної культури в майбутніх фахівців: емоційно-вольові, що характеризують належний рівень саморегуляції поведінки у корпоративному спілкуванні та діяльності; діяльнісно-поведінкові, що впливають на комфортність психологічної атмосфери в академічній групі студентів для дотримання норм корпоративної поведінки; пізнавально-смислові, які здійснюють вплив на розуміння студентами норм та правил, визначають особливості їх прийняття та використання у спілкуванні й діяльності; мотиваційно-ціннісні, що визначають сукупність індивідуальних цінностей майбутніх фахівців та суттєво впливають на мотивацію їхньої корпоративної поведінки.

Отже, на основі виділення головних етапів розвитку корпоративної культури здійснено розподіл психологічних чинників розвитку корпоративної культури в майбутніх фахівців і чітко структурованих етапів, які взаємопов'язані між собою. Аналіз відповідності психологічних чинників розвитку корпоративної культури в майбутніх фахівців та їх чітко визначеної поетапності представлено в табл. 2.10.

Таблиця 2.10.

Психологічні чинники та основні етапи розвитку корпоративної культури в майбутніх фахівців

Етапи розвитку	Чинники
Оцінювання	<i>Емоційно-вольові:</i> почуття впевненості в собі, комфорту в роботі і під час комунікації; бажання навчатися саме в цій групі; прояв довіри до інших.
Пристосування	<i>Діяльнісно-поведінкові:</i> висока привабливість корпоративної культури закладу вищої освіти; ідеальний чи оптимальний психологічний клімат; регулярність контактів, поінформованість та обмін інформацією.
Інтеграція	<i>Пізнавально-сміслові:</i> сильна корпоративна культура закладу вищої освіти; високий рівень його корпоративної культури з позиції майбутніх фахівців
Ідентифікація	<i>Мотиваційно-ціннісні:</i> високий рівень мотивації корпоративної поведінки; спрямованість на інтелектуальні, духовні, професійні та соціальні цінності.

Отже, отримані результати стосовно рівня вираження корпоративної культури в майбутніх фахівців, психологічних чинників та етапів її розвитку було використано під час розроблення психолого-педагогічних рекомендацій з інноваційного розвитку корпоративної культури.

У процесі дослідження було визначено, що для майбутніх фахівців, які входили до «групи із сильною вираженістю корпоративної культури», властиві такі чинники розвитку корпоративної культури: відповідальність і інтелектуальність, задоволеність освітнім процесом, мотивація щодо патріотизму та професійність. А для студентів, які увійшли до «групи із

слабкою вираженістю корпоративної культури», визначена значущість таких чинників: дистантність у взаєминах у колективі, відкритість та організованість, мотивація до змістового наповнення діяльності і спрямованість на родинні та інтелектуальні цінності.

Отже, на основі проведеного констатувального експерименту й аналізу отриманих результатів можна зробити висновок, що з метою досягнення сильної корпоративної культури необхідно розвивати якості, які властиві тим майбутнім фахівцям, які входять до сильної групи з поєднанням корекції психологічних чинників студентів слабкої групи.

Висновки до другого розділу

За тезультатами теоретичного аналізу обґрунтовані: концептуальний підхід до організації та проведення емпіричного дослідження; методи та методики оцінки складових корпоративної культури майбутніх фахівців; методи виявлення психологічних чинників становлення корпоративної культури майбутніх фахівців.

Корпоративна культура є системним явищем, яке об'єктивно існує, має властиві йому закономірності. Відповідно нами було обрано як методологічну основу емпіричного дослідження системний підхід. У загальному плані під системним підходом розуміють методологічний напрямок, що розробляє засоби пізнання та конструювання складних об'єктів. Особливість системного підходу полягає в тому, що система досліджується як єдиний організм з урахуванням внутрішніх зв'язків між окремими елементами і зовнішніх зв'язків з іншими системами та об'єктами.

Концепція емпіричного дослідження ґрунтується на таких принципах системного підходу, як: принцип різноплановості; принцип багатомірності; принцип багаторівневості; принцип ієрархічності; принцип системної детермінованості; принцип розвитку. Принцип різноплановості передбачає необхідність розгляду корпоративної культури майбутніх фахівців в декількох планах: як відокремленої якісної одиниці, як частини своєї видо-

родової макроструктури, в плані мікросистем, у плані зовнішньої взаємодії. Принцип багатомірності – необхідність розгляду досліджуваного феномену у різних системах вимірів. Принцип багаторівневості постулює необхідність розгляду системи корпоративної культури майбутніх фахівців як багаторівневої. Принцип ієрархічності – необхідність урахування сукупності різнопорядкових складових корпоративної культури майбутніх фахівців як таких, що ієрархічно організовані. Принцип системної детермінованості – передбачає розгляд детермінації становлення корпоративної культури майбутніх фахівців як багатопланової, багаторівневої та багатомірної – системної. Принцип розвитку потребує розгляду корпоративної культури майбутніх фахівців в динаміці та розвитку.

Відповідно до окреслених принципів системного підходу під час виконання завдань емпіричного дослідження нами був використаний комплекс таких методів, як: *аналіз, синтез, порівняння та зіставлення* – для систематизації теоретичних та експериментальних даних, порівняльного аналізу теоретичних, емпіричних й експериментальних даних, отриманих у результаті застосування методів дослідження; *обсерваційні* (тестування, анкетування, педагогічне спостереження) – для вивчення психологічних чинників розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців; *моделювання* – для дослідження компонентів теоретичної моделі корпоративної культури майбутнього фахівця; *методи математичної статистики* – для опрацювання отриманих у ході експериментів даних та встановлення кількісних залежностей між досліджуваними явищами.

З метою виявлення й оцінки аксіологічно-мотиваційного, гносеологічно-сміслового, діяльнісно-вчинкового, індивідуально-особистісного в процесі виконання завдань емпіричного дослідження використано комплекс психодіагностичних методик: «Експрес-діагностика соціальних цінностей особистості», методика «Оцінка мотивації корпоративної поведінки» (В. Козлов, Г. Мануйлов, Н. Фетіскін); опитувальник оцінки привабливості організаційної культури (В. Снетков);

методика «Оцінка сили організаційної культури» (Р. Дафт), тест «Рівень організаційної культури» (Т. Соломанідіна); тест «Визначення психологічного клімату в організації» (А. Крилов, С. Манічева); тест «Оцінка психологічної атмосфери в колективі» (А. Фідлер); тест «Пульсар»; опитувальник «Дослідження вольової саморегуляції» (А. Зверьков, Е. Ейдман).

З метою вивчення психологічних чинників становлення корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю застосовані методи рангової кореляції та факторного аналізу.

Здійснений аналіз результатів емпіричного дослідження аксіологічно-мотиваційного, гносеологічно-сміслового, діяльнісно-вчинкового, індивідуально-особистісного компонентів корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю різного року навчання (I-Vкурсів) показав середній та низький рівні їх розвитку, що свідчить про недостатній рівень сформованості корпоративної культури у досліджуваних студентів.

За результатами кореляційного та факторного аналізів з'ясовано систему психологічних чинників становлення корпоративної культури в майбутніх фахівців: емоційно-вольові, що характеризують належний рівень саморегуляції поведінки у корпоративному спілкуванні та діяльності; діяльнісно-поведінкові, що впливають на комфортність психологічної атмосфери в академічній групі студентів для дотримання норм корпоративної поведінки; пізнавально-сміслові, які здійснюють вплив на розуміння студентами норм та правил, визначають особливості їх прийняття та використання у спілкуванні й діяльності; мотиваційно-ціннісні, що визначають сукупність індивідуальних цінностей майбутніх фахівців та суттєво впливають на мотивацію їхньої корпоративної поведінки.

Список використаних джерел у розділі 2

1. Бровко К. А. Вплив куратора академічної групи на формування корпоративної культури студентів «World Science». Warsaw: RS Global Sp. z O.O. 2018. Vol.5, March № 3(31). 16–20.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови. уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. 5-те вид. Київ. Ірпінь: Перун. 2005. 1728 с.
3. Горностаї П. П., Титаренко Т. М. Психологія особистості: Словник- довідник. К. : Рута. 2001. 320.
4. Данилюк І. В. Психологія і культура. *Етнічна психологія як галузь наукового знання: історико-теоретичний вимір*: монографія. К. : Самміт-книга, 2010. 153-229.
5. Дмитренко М. Й. Головні стратегії дослідження корпоративної культури в сучасній філософській рефлексії. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2013. Вип. 67. 8-12.
6. Енциклопедичний словник з державного управління. Уклад. Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін.; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. К. : НАДУ, 2010. 820.
7. Завацька Н. Є. Мітічкіна О. О. Соціокультурні та психолого-педагогічні аспекти формування організаційної культури студентської молоді. Філософські дослідження. *Зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*. Вип. 20. Л.: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2014. 213–223.
8. Захарчин Г. М. Корпоративна культура: навч. посібник. Львів: Новий світ. 2000, 2011. 344.
9. Іщук О. В. Організаційна культура вищого навчального закладу як чинник становлення професійної ідентичності студентів: автореф. ... канд. психологічних наук, спец. : 19.00.10 – організаційна психологія;

економічна психологія. К. : Ін-т психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. 2013. 20 с.

10. Карамушка Л. М. Структура організаційної культури: основні напрямки дослідження. *Актуальні проблеми психології. Том I: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*: зб. наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка НАПН України. За ред. С.Д. Максименка, Л. М. Карамушки. Київ-Алчевськ: ЛАДО, 2013. Вип. 37. 3-6. URL : <https://lib.iitta.gov.ua/1816/1/%D0%9A37.pdf>

11. Карамушка Л.М. Комплекс методик для вивчення особливостей та детермінант розвитку організаційної культури освітніх організацій / Л.М. Карамушка, К.В. Терещенко, В.І. Лагодзінська, В.М. Івкін, А.М. Шевченко // *Актуальні проблеми психології*: зб. наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С.Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. – К. - Алчевськ: ЛАДО, 2014. – Т. I: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія / за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки. – 2014. – Вип. 40. – С. 9-15.

12. Карамушка Л. М., Шевченко А. М. Організаційна культура загальноосвітніх навчальних закладів: наук.-метод. посіб. Біла Церква: КОПОПК. 2013. 104.

13. Карамушка Л.М. Дизайн дослідження та діагностичний інструментарій для вивчення психологічних особливостей організаційного розвитку. *Актуальні проблеми психології. Т. 1: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія* : зб. наук. праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки. К. : Наук. світ, 2009. Ч. 24. С. 196–208.

14. Космина Ю. М. Управління поведінкою персоналу підприємства на засадах корпоративної культури: дис. ... канд.

економ. наук: 08.00.04. Львів: Національний університет «Львівська Політехніка». 2016. 200. URL:

<https://lpnu.ua/sites/default/files/2020/dissertation/1390/diskosmyna.pdf>

15. Кошева Л. В. Експериментальні дослідження базового рівня корпоративних якостей студентів і випускників ВНЗ. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2010. Вип. 2 (37). 94-104. URL : <http://oaji.net/articles/2014/690-1396862067.pdf>

16. Креденцер О.В. Психологічні основи підприємницької активності персоналу освітніх організацій. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора психологічних наук за спеціальністю 19.00.10 – організаційна психологія; економічна психологія. – Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України. – Київ, 2020.

17. Лефтеров В. О. Психологічні тренінгові технології в органах внутрішніх справ: [монографія: в 2-х т]. Донецьк: ДЮОІ. 2008. Т. I.: Методологія психотренінгу та його використання у професійнопсихологічному розвитку персоналу, задіяного в екстремальних видах діяльності. 2008. 242.

18. Методологічні та теоретичні проблеми психології: навч. посібник [М. С. Корольчук, Ю. Л. Троофімов, В. І. Осьодло та ін.]. К.: Ніка-Центр, 2013.47

19. Мітічкіна О. О. Соціально-психологічні чинники формування організаційної культури студентів вищих навчальних закладів: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 – соціальна психологія; психологія соціальної роботи. Луганськ : Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. 2012. 20.

20. Наконечна Н. В. Психологічні умови розвитку корпоративної культури вищого навчального закладу приватної форми власності : автореф. дис. ... канд. психол. наук; спеціальність 19.00.10 – організаційна психологія; економічна психологія. Київ: ВНЗ Університет економіки та права «Крок». 2016. 22 с.

21. Основи практичної психології [В. Панок, Т. Титаренко, Н. Чепелева та ін]. Вид. 2. К. : Либідь. 2001. 536 с.
22. Психологічні засади організаційного розвитку: монографія. За наук. ред. Л. М. Карамушки. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. 206 с.
23. Психолого-педагогічні засади проектування освітнього простору особистості: монографія [за заг. ред. Т. В. Ткач]. Мелітополь: Вид-во КПУ. 2012. 408.
24. Ринкевич Н. С. Трансформація організаційної культури підприємств в умовах модернізації: дис. ... канд. економ. наук: 08.00.04. Київ: Інститут економіки промисловості НАН України. 2020. 326 с.
25. Співак Л. М. Психологія розвитку національної самосвідомості особистості в юності : монографія. Кам'янець-Подільський : ТОВ «Друкарня Рута». 2015. 300.
26. Степанова Л. В., Тужилкіна О. В. Корпоративна культура в контексті регулювання соціально-трудова відносин. Соціально-трудова відносини: проблеми науки та практики : монографія. Полтава, 2020. С. 518–534.
27. Ставицький Г. А. Особливості розвитку етнічної самосвідомості особистості юнацького віку. *Науковий часопис національного педагогічного університету імені МП Драгоманова. Серія 12: Психологічні науки*. 2016. Вип. 4. 127-133.
28. Терещенко К. В. Методи вивчення організаційної культури. Актуальні проблеми психології: зб. Наукових праць Інституту психології ім. Г. Костюка НАПН України. К., Алчевськ: ЛАДО. 2013. Т.1. Вип. 37. 28–31.
29. Технології роботи організаційних психологів: Навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. та слухачів ін-тів післядиплом. освіти [За наук. ред. Л.М. Карамушки]. К.: ІНКОС. 2005. 366.

30. Benedict R. *Patterns of Culture*. London : Routledge & Kegan Paul Ltd. 1934. 223. https://www.berose.fr/IMG/pdf/1934-patterns_of_culture.pdf
31. Pugh D. S. Modern organizational theory: A psychological and sociological study. *Psychological Bulletin*. 1966. N 66. P.235-251.
32. Schein E. H. *Organizational culture and leadership*. San Francisco: Jossey-Bass. 1985. 358 p.
33. Xenicou A. A correlational and factor analytic study of different measures of corporate culture. *Human Relations*, 1996. Vol. 49(3). 349–371.

РОЗДІЛ 3. ПРОГРАМА З РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

У третьому розділі дисертаційної роботи представлено теоретико-емпіричну модель становлення майбутніх фахівців як носіїв корпоративної культури; висвітлені змістові та організаційні аспекти психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців»; розглянуто за результатами формувального експерименту динаміку розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців; розроблено психолого-педагогічні рекомендації з інноваційного розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців.

3.1. Мета, завдання та програма формувального експерименту щодо становлення майбутніх фахівців як носіїв корпоративної культури

Основним завданням цього підрозділу дисертаційної роботи була розробка програми формувального експерименту щодо становлення майбутніх фахівців як носіїв корпоративної культури з урахуванням виявлених у констатувальному експерименті емоційно-вольових, діяльнісно-поведінкових, пізнавально-сміслових, мотиваційно-ціннісних чинників.

На засадах системного підходу, його вихідних положень, а також у відповідності до результатів, отриманих у процесі виконання завдань констатувального експерименту розроблено програму формувальної частини дисертаційного дослідження.

Основна мета формувального експерименту - розробити й апробувати програму психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців», перевірити її ефективність за результатами аналізу змін, що відбулися внаслідок формувального впливу.

Відповідно до окресленої мети, необхідно було реалізувати такі завдання формувального експерименту:

1. Розробити та описати програму формувального експерименту,

яка орієнтована на активізацію психологічних чинників розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців.

2. Розробити й апробувати психологічний тренінг «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців».

3. Проаналізувати динаміку розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців за результатами формувального експерименту.

4. Запропонувати психолого-педагогічні рекомендації з інноваційного розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців.

Формувальний експеримент складався з трьох під етапів –підготовчого, основного та завершального.

Перший етап експерименту містив такі складові:

- розроблення програми формувального експерименту: визначення основної мети, побудова гіпотези дослідження, формулювання завдань, вибір методів дослідження та критеріїв підбору експериментальної і контрольної груп;

- розроблення програми психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців», який сприяв активізації провідних психологічних чинників розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців;

- визначення головних критеріїв результативності проведеного формувального експерименту.

Щодо основного етапу формувального експерименту, то він передбачав:

- проведення першого діагностичного зрізу в експериментальній та контрольній групах із метою визначення критеріїв результативності формувального експерименту в учасників ЕГ та КГ;

- реалізації психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців»;

- здійснення повторного діагностичного зрізу в експериментальній та контрольній групах для визначення можливих змін в учасників ЕГ та КГ.

І останній етап формувального експерименту – завершальний – складався з двох частин:

- оброблення й аналіз отриманих у дослідженні даних із першого та другого діагностичних зрізів за допомогою методів математичної статистики;
- узагальнення та інтерпретація отриманих результатів, визначення результативності формувального експерименту, формулювання висновків стосовно провідних психологічних чинників розвитку корпоративної культури в майбутніх фахівців.

Формувальний етап дослідження тривав упродовж 2021-2022 навчального року. У психокорекційній роботі брали участь 78 респондентів (експериментальна група), які в процесі роботи були розподілені на п'ять підгруп відповідно до курсів навчання та професійної підготовки. Необхідно зазначити, що загальна кількість учасників, які брали участь у дослідженні, у кожній підгрупі була майже однаковою, тобто складала 15-16 осіб.

Програма психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців» реалізовувалася на базі психологічної служби КНУ імені Тараса Шевченка і складалася з 15 занять, які тривали по 90 хвилин кожне, з періодичністю один раз на тиждень.

Варто підкреслити, що програма тренінгу не реалізовувалася в контрольній групі, де загальна кількість учасників – 61 особа. Психокорекційна робота з «сильною групою» (контрольною) не проводилася.

Відповідно до отриманих даних за результатами констатувального експерименту, що було детально описано в попередньому розділі, визначено, що майбутні фахівці в процесі розвитку корпоративної культури проходять такі етапи, як:

- пристосування до організаційного середовища закладу вищої освіти;
- інтеграція норм та правил моделі поведінки закладу, у якому вони навчаються до свого особистісного простору;
- особистісна ідентифікація з корпоративною культурою закладу вищої освіти.

Чимало чинників розвитку корпоративної культури можуть поширюватися на студентське середовище та суттєво впливати на процес оволодіння майбутніми фахівцями культурою закладу вищої освіти. За результатами факторного аналізу, здійсненого в процесі констатувального експерименту, основними чинниками становлення корпоративної культури в майбутніх фахівців, які навчаються в закладі вищої освіти, вважаємо емоційно-вольові, діяльнісно-поведінкові, пізнавально-сміслові, мотиваційно-ціннісні.

Особливістю становлення корпоративної культури є те, що такий процес здійснюється в межах реалізації керівництвом функції управління. Крім того, як відомо, заходи управління бувають організаційні та адміністративні. Відповідно, програма з розвитку корпоративної культури організації розроблена з урахуванням специфіки обох цих видів.

Як правило, розвиток корпоративної культури реалізується на трьох основних рівнях – особистісному, груповому та загальноорганізаційному. Це дало змогу визначити найбільш успішну форму програми активізації провідних психологічних чинників становлення корпоративної культури в майбутніх фахівців – психологічний тренінг.

Для визначення основного напрямку роботи потрібно, на наш погляд, передусім з'ясувати слабкі місця, які існують у корпоративній культурі майбутніх фахівців. Це можна досягти за допомогою діагностичних методів та тестування. У результаті проведення попереднього тестування були з'ясовані організаційні особливості, які перебували в межах норми, і ті, що потребували корекції.

Оцінювання супроводжує майбутніх фахівців не лише на початку пристосування до корпоративної культури закладу вищої освіти, у якому вони навчаються, а й під час різних змін, ситуацій в установі. Нешанобливе ставлення до формування оцінювання головних організаційних подій, відсутність добре обдуманого впливу на оцінювання майбутніми фахівцями корпоративної культури закладу вищої освіти можуть повністю знецінити всі

майбутні зусилля щодо розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців. Отже, передусім необхідно починати з вивчення особливостей оцінювання майбутніми фахівцями корпоративної культури закладу, у якому вони навчаються, і брати до уваги це впродовж усього процесу розвитку культури. Формування здатності до оцінювання в межах очікуваних критеріїв може стати важливим і необхідним чинником розвитку корпоративної культури, активної позиції майбутніх фахівців стосовно її трансляції соціуму та, відповідно, удосконалення іміджу закладу.

Сам процес пристосування реалізується через усвідомлення та правильне розуміння майбутнім фахівцем тих норм, правил поведінки, що складають частину корпоративної культури закладу вищої освіти. Ознайомлення з такими нормами та правилами, а також їх засвоєння здійснюються через комунікацію, яка наявна в закладі освіти, та зв'язки, які встановлює сам майбутній фахівець. Традиційний метод отримання інформації допоміг визначити найбільш доцільні форми проведення занять.

Процес інтеграції складових корпоративної культури майбутніх фахівців до особистісного простору здійснюється лише після усвідомленого аналізу наявної культури у вигляді норм та правил діяльності. Тобто в зазначеному процесі можливе виникнення суперечностей між цінностями майбутнього фахівця та закладу освіти, де він навчається. Крім того, необхідно зазначити, що дотримання норм в обов'язковому порядку впливає на обмеження особистісної свободи, що може негативно позначитися на емоційному стані майбутніх фахівців. Також можуть виникати конфлікти, які необхідно вирішувати, і в подальшому застосовувати з метою здобуття нового практичного досвіду в руслі розвитку корпоративної культури. У зв'язку з цим, для реалізації інтеграційного етапу було обрано такі методи, як емоційні та перцептивні, де емоційність розглядається як здатність сприймати навколишню реальність у формі переживань, а перцептивність характеризується як індивідуальна якість, що дає змогу сприймати відчуття інших людей як власні.

Для етапу ідентифікації майбутніх фахівців зі своїм закладом вищої освіти, сприйняття культури закладу, у якому вони навчаються, як власної, характерно, що майбутній фахівець стає носієм культури свого закладу, а в деяких ситуаціях і активним її проповідником.

Для успішного розвитку корпоративної культури обрано інтерактивні, психокорекційні та креативні методи. До методів інтерактивного навчання в сучасній дидактиці належить: метод ігрового моделювання; метод кейсів і практичних ситуацій; метод психологічних тренінгів; розроблення проєктів.

Розглянемо особливості реалізації кожного з цих методів.

Метод ігрового моделювання. У системі формування професійних умінь майбутніх фахівців цей метод уможливорює нагромадження й поновлення професійних знань, умінь і навичок за рахунок узагальненого особистісного досвіду, реалізації наявного потенціалу; стимулює підвищення інтересу до навчання і пізнавальну активність; розвиває гнучкість професійного мислення; формує творчий підхід до прийняття управлінських рішень; сприяє розширенню соціального світогляду слухачів; дає змогу з максимальною ефективністю використовувати знання і вміння колективу.

Метод кейсів і практичних ситуацій. Як відомо, професійна підготовка майбутніх фахівців, які навчаються в закладах вищої освіти, в умовах університетської освіти здебільшого спрямована на засвоєння системи знань та розвиток навичок й умінь, які забезпечують розв'язання типових ситуацій у межах майбутньої професійної діяльності, тоді як формування ціннісних орієнтацій та розвиток практичних умінь, що уможливають швидку адаптацію у проблемних, нестандартних ситуаціях, повною мірою не реалізується.

Кейс-метод сприяє удосконаленню низки навичок, зокрема: дослідження життєвих ситуацій, коли однією зі складових проблеми є поведінка різних груп населення; подання та інтерпретації ситуацій, що стосуються сфери професійних інтересів майбутніх фахівців; пошуку й використання теоретичних знань в умовах динамічної ситуації; розроблення

алгоритму дій, прийняття конкретних рішень; застосування теоретичних знань, концепцій та усталених методик в умовах конкретних ситуацій. Отже, застосування кейс-методу в освітньому процесі має забезпечувати оптимальне поєднання теоретичного навчання й набуття практичних навичок, що особливо важливо для майбутніх фахівців.

Метод психологічних тренінгів спрямований на розвиток здібностей до навчання та оволодіння будь-яким складним видом діяльності. Крім того, тренінг визначається як засіб перепрограмування моделі управління поведінкою та діяльністю, що вже існує в людини.

На сьогодні існує декілька видів тренінгу: тренінг партнерського спілкування, тренінг сенситивності та тренінг креативності, що пов'язані з психогімнастичними вправами, які націлені на формування та розвиток умінь, навичок і настанов ефективного спілкування для підвищення розуміння себе та інших; розуміння групових процесів через відчуття локальної структури; розвиток окремих навичок у поведінці.

В основу методу проєктів було покладено ідею, що виявляє прагматичну спрямованість проєкту на результат, який можна отримати за умови розв'язання тієї чи іншої практично або теоретично значущої проблеми та використати в реальній практичній діяльності. Саме тому в разі використання методу проєктів майбутній фахівець вчиться самостійно мислити, знаходити та розв'язувати проблеми, використовуючи знання з різних галузей; формує вміння прогнозувати результати та можливі наслідки різних варіантів розв'язання; вміння встановлювати причинно-наслідкові зв'язки.

Відомо, що метод проєктів зорієнтований на самостійну діяльність майбутніх фахівців, яка реалізується як в індивідуальній, так і в парній, груповій діяльності, що завжди передбачає розв'язання проблеми: з одного боку, використання сукупності різноманітних методів, засобів навчання, а з другого – необхідності інтегрування знань, вміння використовувати знання з різних галузей науки, техніки тощо. Оскільки результати виконання проєктів

мають бути «відчутними»: якщо це теоретична проблема, то конкретне її розв'язання, якщо практична – конкретний результат, який готовий до використання в реальному житті, то метод проєктів передбачає використання сукупності дослідницьких, пошукових і проблемних методів, творчих за своєю суттю.

Цей метод, на наш погляд, є дуже перспективним, оскільки в ньому кожен з учасників не втрачає свого статусу активної особистості, намагається зайняти в групі позицію, що відповідає його можливостям (знанням, умінням, здібностям) і позначається на загальному формуванні індивідуального стилю майбутнього фахівця. Працюючи над проєктом, студенти спілкуються, співпрацюють і допомагають один одному в процесі навчання, розвивають соціальні, розумові та комунікативні навички. Водночас цей вид навчальної діяльності сприяє реалізації індивідуального підходу в групах із різним рівнем підготовки під час вивчення та засвоєння нового матеріалу.

Основною перевагою інтерактивних методів вважаємо використання майбутніми фахівцями в навчанні енергії групової взаємодії, мобілізації всіх без винятку органів чуття та інтуїції.

Психокорекційні методи спрямовані на подолання неадекватних психологічних захистів під час навчальної діяльності. Загалом психокорекція – це метод системного психологічного впливу на мету, мотиви та структуру поведінки суб'єкта, а також на розвиток відповідних психічних функцій: пам'яті, уваги, мислення. Крім того, цей метод застосовується для роботи з уже сформованими якостями особистості чи моделлю поведінки й зорієнтований на їхню трансформацію. З-поміж креативних методів тренінгової роботи необхідно виділити «мозковий штурм», який є діловою грою, де певна проблема розв'язується засобами колективного мислення. Цей метод стимулює студентів до відповідної мисленнєвої діяльності під час висловлювання своїх думок з урахуванням при цьому думок інших. Метод мозкового штурму широко застосовують для роботи в групах з метою

генерування більшої кількості ідей, ніж під час звичайного групового розв'язання проблеми. Тобто сутність методу мозкового штурму полягає в активізації творчого потенціалу винахідників у процесі колективного генерування ідей із подальшим формулюванням контрідей [42, с.74].

У процесі застосування методу мозкового штурму творчий процес розв'язання проблеми поділяють на два етапи:

1) етап генерації ідей – короткий сеанс сумісного пошуку варіантів розв'язання проблем з використанням інтуїції за допомогою не лише логічного мислення, але й підсвідомості;

2) етап експертизи ідей – критичний аналіз ідей із використанням формально-логічних аналітичних методів [31].

Для підвищення ефективності проведення мозкового штурму варто дотримуватися таких правил: відповіді учасників гри мають бути короткими; на етапі генерації забороняється критика ідей у будь-якій формі; заохочуються оригінальні, навіть фантастичні ідеї; усі пропозиції фіксуються; синтез, критика й оцінка ідеї проводяться групою аналітиків у конструктивній формі.

Ключовими принципами побудови програми для розвитку корпоративної культури в майбутніх фахівців були: принцип системності, який полягав у тому, що програма тренінгу спрямовувалась не лише на корекцію низьких показників за складовими корпоративної культури в майбутніх фахівців, а й на створення умов для найбільш повної реалізації потенційних можливостей гармонійного розвитку студентів та підвищення їхньої корпоративної культури; принцип диференційованого прогнозування, який передбачав наповнення програми тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців» відповідно до однорідних показників рівня вираження корпоративної культури в досліджуваних; принцип динамічності, згідно з яким весь процес розвитку корпоративної культури в майбутніх фахівців розглядався як поетапний пролонгований процес, що передбачає раціональну послідовність заходів впливу на психокорекційному рівні та

моніторинг динаміки змін з метою визначення того, які компоненти корпоративної культури потребують першочергового впливу; принцип системності, що вимагає поетапних психологічних дій із використанням відповідних методичних засобів, консультативних та організаційних прийомів.

Програма складалася з чотирьох взаємопов'язаних блоків: інформаційного, мотивувального, формувального та контрольного. Кожен блок уміщував систему занять із проведенням дискусій, рольових ігор, психогімнастичних і психокорекційних вправ, розв'язанням проблемних ситуацій.

1. Цільовий блок містить мету, яка характеризується формуванням корпоративної культури майбутніх фахівців за допомогою розробленої програми психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців».

2. Інформаційний блок, основною метою якого було ознайомлення майбутніх фахівців з інформацією про зміст та роль корпоративної культури; можливостями, пов'язаними з реалізацією організаційної поведінки; перевагами застосування групових форм роботи.

2. Мотиваційно-цільовий блок, який був спрямований на створення активної настанови на психокорекцію, формування мотивів самопізнання й самовдосконалення, виявлення власних недоліків у самореалізації, підвищення у студентів впевненості у своїх силах.

3. Змістовно-процесуальний блок, у межах якого забезпечувалася психокорекційна робота для розвитку корпоративної культури в майбутніх фахівців. Цей блок містив тренінгові заняття за такими темами: «Мій навчальний заклад», «Корпоративна культура», «Мої обов'язки в закладі, де я навчаюсь», «Моє призначення», «Налагодження взаємовідносин», «Особливості почуттів», «Перешкоди у взаєморозумінні», «Харизматичне лідерство та симпатія», «Впевненість у власних силах», «Майбутнє

починається сьогодні», «Мoje місце в групі», «Кодекс майбутнього професіонала», «Команда як єдине ціле».

Для збільшення сили й рівня корпоративної культури закладу вищої освіти, на наш погляд, більш результативними будуть такі активні методи навчання, як групові дискусії на такі теми: «Чи потрібна культура в закладі вищої освіти?», «Чи можу я впливати на місію свого навчального закладу?», «Наведіть приклади зі свого особистого життя про спільну ефективну діяльність».

Для підвищення рівня привабливості корпоративної культури закладу вищої освіти найбільш результативними були: мінілекції, які відрізняються від повноформатних лекцій значно меншою тривалістю (10-15 хвилин) і застосовуються для того, щоб донести нову інформацію за короткий час до багатьох людей одночасно; розповісти, як виконувати дії, які їхні учасники згодом опановуватимуть самі в процесі практичних вправ; сформулювати висновки щодо результатів роботи малих груп для всієї аудиторії.

Мінілекції часто застосовуються як частини цілісної теми, яку не бажано викладати повноформатною лекцією, аби не втомлювати аудиторію.

Тоді інформація надається по черзі кількома окремими сегментами (мінілекціями), між якими застосовуються інші форми й методи навчання: періоди запитань – відповідей, вправи на перевірку засвоєння матеріалу, рухавки, робота в складі малих груп тощо [40, с.25].

Останнім часом у підготовці майбутніх фахівців набули популярності мінілекції «Інтриги», які можна застосовувати в програмі тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців». Наприклад, уже на першій, вступній лекції з корпоративної культури інформація про наявність такого терміну викликає в майбутніх фахівців реакцію типу своєрідного шоку й одразу спонукає до пошуку відповіді на запитання «Чому існує велика кількість визначень цього поняття?». Тим самим ми спонукаємо студентів до власного розуміння цього поняття, заохочуючи до зіставлення власного розуміння з точкою зору фахівців.

4. Діагностично-результативний блок ґрунтувався на оцінюванні ефективності здійсненого формувального впливу. Основною метою цього етапу є оцінювання змін у рівні вираження параметрів, визнаних значущими для розвитку корпоративної культури в майбутніх фахівців. Саме на цьому етапі повторно використовувалися методики, що були вже реалізовані на констатувальному етапі дослідження.

Одним із варіантів корекційної роботи, зорієнтованим на розв'язання чітко поставлених завдань щодо удосконалення внутрішнього світу особистості, є психологічний тренінг, який дає змогу реалізувати необхідні умови розвитку професійної й особистісної самосвідомості людей та актуалізації їхніх ресурсів, змінити модель їхньої поведінки і ставлення до навколишньої реальності та соціуму.

Останнім часом психологічний тренінг набув популярності. Вибір тренінгових методів ґрунтується на критеріях, у яких було враховано, з одного боку, поєднання індивідуальних і групових процесів, а з іншого – рівні реалізації діяльності, що є провідною в освітньому просторі в системі взаємодії «викладач-студент». Дійсно, як зазначає І. Вачков, тренінгові форми роботи з майбутніми фахівцями доводять свою результативність як ефективні сучасні технології в межах взаємодії в освітньому просторі [4].

Під час проходження тренінгу всі індивідуальні та групові процеси поєднані в один потік, тому саме модератор здійснює реалізацію тренінгових методів на таких рівнях:

- з окремим учасником у групі; як правило, це відбувається під час конструктивної взаємодії модератора й одного з учасників тренінгу (групи) [9, с. 114 – 120];

- по-друге, із групою як єдиним цілим; це коли модератор під час тренінгу пропонує виконати всій групі завдання і звертається вже не до окремого учасника, а до групи, що сприяє згуртуванню колективу;

- з окремим учасником за допомогою самої групи, тобто саме через групу; де модератор, у ролі якого може виступати викладач, прихованим

чином реалізує ресурси групи з метою здійснення певного впливу на одного або декількох учасників. Мовний вплив у процесі тренінгу ґрунтується на аргументації, активізуючи увагу як до соціально й культурно обумовлених цінностей, так і до механізмів варіативного трактування реальності [15].

Необхідно підкреслити, що від тренера вимагається виконання різноманітних функцій, а саме: визначення мети й тематики тренінгів; розроблення програми тренінгів, формування групи учасників, разом з учасниками формування правил і норм поведінки в групі, створення позитивного клімату, довіри та творчості, організація і проведення різних вправ та здійснення рефлексії на основі отриманого досвіду. Крім того, методичні засоби, які використовуються на заняттях, мають бути різними.

Для побудови занять застосовувалися такі основні психологічні прийоми, як: мінілекції; психогімнастика, дискусія; рольові та ділові ігри; здійснення контролю щодо набуття знань, умінь та практичних навичок.

Підбір основних психологічних прийомів для розроблення тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців» визначався результативністю, доступністю методів навчання та управління. Тому вважаємо за необхідне схарактеризувати основні методи, які були застосовані на тренінгових заняттях, більш детально.

Так, наприклад, мінілекція сприятиме підвищенню пізнавального інтересу майбутніх фахівців, що допоможе сформувати нові зразки моделей поведінки та діяльності (очікуваних результатів розвитку корпоративної культури).

Психогімнастичні вправи застосовуються в програмі тренінгу у формі невербальних вправ на задану тему. Зміст цього методу більш детально охарактеризував Б. Д. Карвасарський як широке коло різноманітних вправ: письмових і усних, вербальних, невербальних, малюнкових, танцювальних.

У роботі групи наявні два плани – змістовий (відповідає основній, змістовій меті тренінгу) та емоційний (атмосфера в групі, де відбуваються події, відповідно до змістового плану, а також стану кожного учасника

групи). Відповідно виділяють два типи психогімнастичних вправ, які спрямовані на зміну стану групи як цілого або стану кожного учасника окремо і які орієнтовані на отримання практичного досвіду, що відповідає змістовій меті психологічного тренінгу [21, с. 326].

Одним із методів групової психологічної роботи є групова дискусія. Так, К. Левін зробив вагомий внесок у розроблення проблеми дискусії [25]. Його наукові доробки відіграли важливе значення в розробленні ідеї впливу групових обговорень на прийняття творчих і управлінських рішень у групі. Крім того, вчений дійшов висновку, що групова дискусія підвищує мотивацію і еґо-залученість учасників під час розв'язання різноманітних проблем, які обговорюються.

У процесі психологічного тренінгу групова дискусія характеризується як спільне обговорення будь-якого спірного питання, що дає змогу почути (можливо, змінити) погляди та позиції учасників групи під час комунікації.

Відповідно до різних підстав, форми групової дискусії, які використовуються під час тренінгу, можна класифікувати. Наприклад, за структурованістю: структуровані дискусії, у яких задається тема для обговорення, а іноді й чітко регламентується порядок проведення дискусії (форми, організовані за принципом «мозкового штурму»); неструктуровані дискусії, у яких модератор є пасивним, теми обирають самі учасники, час дискусії формально не обмежується.

Наприклад, Н.В.Семілет класифікує дискусії за характером обговорюваного матеріалу [26]:

- тематичні, у межах яких обговорюються важливі для всієї тренінгової групи питання і проблеми;
- біографічні, які спрямовані на попередній досвід, аналізуються труднощі особистого або професійного життя кожного учасника групи;
- інтеракційні – матеріалом для яких є структура і змістове наповнення взаємовідносин між всіма представниками групи і реалізується все це за принципом «тут і тепер»;

- дискусії, спрямовані на виконання певного завдання.

Крім того, необхідно зазначити, що за допомогою групової дискусії учасники групи мають можливість висловлювати свої думки та уточнювати взаємні позиції членів групи; вона також дає змогу виявляти різні підходи щодо поставлених проблемних питань; забезпечує різнобічний розгляд предмета, що обговорюється.

Також важливо зауважити, що за допомогою методу групових дискусій можна розв'язати такі завдання: навчання майбутніх фахівців здійснювати аналіз реальних ситуацій; формування умінь слухати й конструктивно взаємодіяти з іншими членами групи; розвиток навичок формулювання проблеми; надає можливість побачити різні варіанти можливих шляхів щодо розв'язання проблемних питань; розвиває уміння боротися зі страхом перед невідомим, недовірою до себе та інших.

Застосування в процесі психологічного тренінгу рольових та ділових ігор дає змогу розвивати комунікативні навички, зокрема рольове, ділове й дружнє спілкування, а також дозволяють членам групи виражати свою індивідуальність у процесі розв'язання проблемних ситуацій, навчають краще розуміти інших учасників у групі.

Отже, ділові ігри – це метод імітації (наслідування, зображення) прийняття управлінських рішень у різних ситуаціях (за допомогою розігрування за заданими або виробленими самими учасниками гри правилами).

Рольові ігри – це особливий метод моделювання, який концентрує увагу на процесі міжособистісної взаємодії, тобто цей метод полягає в розігруванні ролей, де людина практикує поведінкові моделі, які, як вважається, відповідають певній ролі.

Як засіб розвитку навичок міжособистісної взаємодії, з'ясування внутрішніх настанов, спонукань та особистісного росту учасників тренінгу було обрано психокорекційні вправи. Так, Н. Завацька зазначала, що психокорекційні вправи вирізняються значним психотерапевтичним впливом

та універсальністю у психологічній роботі. Крім того, вона підкреслила, що психотерапія має інтеграційний характер, що дає змогу ввести її до наукового й практичного апарату [13].

Форми контролю знань, умінь та навичок реалізовувалися на кожному занятті з метою одержання зворотного зв'язку, перевірки правильності обраних технік та методик. Основною формою контролю стало підсумкове обговорення результатів занять. У деяких ситуаціях застосовувалися тестування, анкетування, психологічні вправи. Необхідно зазначити, що програма тренінгу передбачає вільний вибір послідовності вправ на занятті. Так можна почати заняття як із розв'язання будь-якого проблемного питання, так і з мінілекції. Компетентність модератора дає змогу визначити психологічний стан людей у групі на початку заняття та, відповідно, скоригувати послідовність застосування методів.

Тривалість кожного тренінгового заняття складала 90 хвилин. Відповідно до теми заняття застосовувалося необхідне обладнання та підбиралася інформація. Уся тематика занять була побудована за принципами системності та поетапності виконання завдань.

3.2. Змістові та організаційні аспекти психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців»

Теоретико-методологічною основою розробленого тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців» стали роботи вітчизняних і зарубіжних вчених у сфері організаційної та економічної психології, а також наукові праці фахівців, які здійснюють тренінгову діяльність. Насамперед, важливе значення в процесі формування експерименту мала концепція психологічного забезпечення діяльності освітніх організацій, яка була розроблена в лабораторії організаційної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, яку очолює Л. Карамушка. Ця концепція передбачала врахування психологічних особливостей розвитку

корпоративної культури будь-яких освітніх організацій, а також закладів вищої освіти.

Значну роль у розробленні тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців» відіграли наукові доробки таких вчених, як О. Бондарчук [3], О. Винославська [6], Л. Карамушка [16; 19], С. Максименко [27], К. Мілютін [28], В. Панок [32], Н. Побірченко [34], Н. Чепелева [32], у яких детально описано зміст, методи та форми активного психологічного навчання персоналу організацій.

Окрім того, важливе значення для змістового наповнення інтерактивних технік мають наукові праці, в яких проаналізовано роль організаційної культури та основні проблеми її формування (Н. Завадська [12]; Л. Карамушка [17], О. Креденцер [23], Е. Молл [29], І. Сняданко [19]).

Отже, метою нашого тренінгу є розвиток корпоративної культури в майбутніх фахівців.

У межах нашого дослідження були визначені головні завдання програми психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців», а саме:

- оволодіння на відповідному рівні знаннями про корпоративну культуру закладу вищої освіти;
- корекція й формування умінь і практичних навичок для налагодження взаємовідносин у колективі та закладі вищої освіти;
- чітке усвідомлення та розуміння єдності психологічних чинників організаційної поведінки;
- розвиток здатності розуміти себе та навколишніх людей;
- оволодіння основними психологічними прийомами управління своїми емоціями та розуміння емоційного стану інших людей;
- навчання психологічних прийомів для реалізації міжособистісного спілкування;
- усвідомлення своєї ваги в різних ситуаціях на міжособистісному рівні.

На кожному етапі реалізуються певні завдання.

Обов'язкові процедури, які використовувалися під час кожної зустрічі:

- індивідуальна й групова рефлексія на початку й наприкінці роботи (сенс цієї роботи в осмисленні процесів, способів та результатів індивідуальної і спільної діяльності);
- психогімнастичні процедури з ефектом релаксації;
- аналітична робота модератора, що має на меті осмислення групових процесів, змін у позиції учасників і психофізіологічних процесах (утома, зниження настрою, агресія, апатія, збудження тощо).

Необхідно зауважити, що вище окреслені завдання не охоплюють всі аспекти програмного навчання і, відповідно до кожного заняття, можуть зазнавати змін.

Зазначимо, що тренінг «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців» складався з 15 занять. Заняття проходили раз на тиждень з кожною підгрупою окремо в період з березня по грудень 2021 року. Тривалість одного заняття – 90 хвилин.

Нижче подаємо розгорнуту структуру тренінгової програми «Розвиток корпоративної культура майбутніх фахівців» (див. табл. 3. 1.)

Таблиця 3.1.

**Загальна структура тренінгової програми
«Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців»**

Заняття	Зміст	Час (у хв.)
І заняття. «Вступне: знайомство»	1. Знайомство. 2. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Історія закладу освіти, у якому я навчаюсь». 3. Психогімнастична вправа «Руки». 4. Групова дискусія «Для чого потрібно володіти інформацією про історію закладу, у якому Ви навчаєтесь?». 5. Психологічна гра «Розповісти про партнера». 6. Мозковий штурм «Визначення правил групової роботи». 7. Форма контролю – обговорення.	90
II заняття. «Мій навчальний заклад»	1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Місія та статут закладу вищої освіти». 2. Психогімнастична вправа «Шеренга». 3. Групова дискусія «Чи можете Ви впливати на зміну статуту і місії Вашого навчального закладу?». 4. Психологічна гра «Поділ на групи». 5. Творчий проєкт (робота в малих групах) з подальшою презентацією «Структура корпоративної культури». 6. Форма контролю – обговорення.	90
III заняття. «Корпоративна культура»	1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Роль та зміст корпоративної культури». 2. Психогімнастична вправа «Подорож». 3. Групова дискусія «Корпоративна культура – невід’ємний атрибут Вашого навчального закладу?». 4. Психологічна гра ««Автомобіль»».	90

	<p>5. Мозковий штурм «Особливі характеристики корпоративної культури освітньої організації, порівняно з соціально-економічними організаціями».</p> <p>6. Форма контролю – обговорення.</p>	
IV. заняття «Мої обов'язки в закладі, де я навчаюсь»	<p>1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Основні правила поведінки в закладі освіти».</p> <p>2. Психогімнастична вправа «Рахунок».</p> <p>3. Групова дискусія «Мої обов'язки та бажання, обов'язки та бажання інших учасників».</p> <p>4. Психологічна гра «Ведення переговорів».</p> <p>5. Розробка творчого проєкту (виконується всією групою) «Основні норми та правила діяльності та спілкування майбутніх фахівців у закладі вищої освіти».</p> <p>6. Форма контролю – обговорення.</p>	90
V заняття. «Моє призначення»	<p>1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Значення очікувань та цілей».</p> <p>2. Психогімнастична вправа «Моє місце».</p> <p>3. Групова дискусія «На що я здатний та чого я прагну?».</p> <p>4. Психологічна гра «Бесіда».</p> <p>5. Мозковий штурм «Особисті очікування щодо цілей навчання та діяльності».</p> <p>6. Форма контролю – обговорення.</p>	90
VI заняття. «Налагодження взаємин»	<p>1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Як реалізувати себе в закладі, де Ви навчаєтесь?».</p> <p>2. Психогімнастична вправа «Дзеркало».</p> <p>3. Групова дискусія «Як впливає на людину її оточення?»</p> <p>4. Психологічна гра «Зображення емоції».</p>	90

	<p>5. Творчо-аналітична вправа (робота в малих групах) «Квітка».</p> <p>6. Форма контролю – обговорення.</p>	
<p>VII заняття «Особливості почуттів»</p>	<p>1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Мій емоційний стан».</p> <p>2. Психогімнастична вправа «Повернення енергії».</p> <p>3. Групова дискусія «Як управляти своїми емоціями?».</p> <p>4. Психологічна гра «Машина емоцій».</p> <p>5. Мозковий штурм «Словник емоцій та почуттів».</p> <p>6. Форма контролю – обговорення.</p>	90
<p>VIII заняття «Перешкоди у взаєморозумінні»</p>	<p>1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Перешкоди на шляху до взаєморозуміння».</p> <p>2. Психогімнастична вправа «Торнадо».</p> <p>3. Групова дискусія «Найкращі способи розв'язання конфліктів у колективі».</p> <p>4. Психологічна гра «Менеджер».</p> <p>5. Завдання-кейс «Аналіз конфліктної ситуації».</p> <p>6. Форма контролю – обговорення.</p>	90
<p>IX заняття. «Харизматичне лідерство та симпатія»</p>	<p>1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Що робити, щоб подобатися іншим людям».</p> <p>2. Психогімнастична вправа «Місток».</p> <p>3. Групова дискусія «Які психологічні прийоми формування атракції не допустимі в закладі вищої освіти?».</p> <p>4. Психологічна гра «Побудова ідеального образу».</p> <p>5. Мозковий штурм «Харизматична особистість».</p> <p>6. Форма контролю – обговорення.</p>	90
<p>X заняття «Впевненість»</p>	<p>1. Мінілекція з використанням</p>	90

у власних силах»	<p>мультимедійної презентації «Впевненість як необхідна риса особистості».</p> <p>2. Психогімнастична вправа «Телепати».</p> <p>3. Групова дискусія «Як пробудити впевненість у собі?».</p> <p>4. Психологічна гра «Підвищення впевненості в собі».</p> <p>5. Рольова гра «Я можу бути різним».</p> <p>6. Форма контролю – обговорення.</p>	
ХІ заняття «Майбутнє починається сьогодні»	<p>1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Разом створюємо майбутнє».</p> <p>2. Психогімнастична вправа «Команда».</p> <p>3. Групова дискусія «Погляд у майбутнє».</p> <p>4. Психологічна гра «Асоціації».</p> <p>5. Мозковий штурм «Мій успіх сьогодні - крок до успішного майбутнього».</p> <p>6. Форма контролю – обговорення.</p>	90
ХІІ заняття «Моє місце в групі»	<p>1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Соціальні ролі і взаємини в колективі».</p> <p>2. Психогімнастична вправа «Хто перший?».</p> <p>3. Групова дискусія «Як можна впливати на розподіл соціальних ролей у групі?».</p> <p>4. Психологічна гра «Запрошення до чаю».</p> <p>5. Мозковий штурм «Моя роль у групі».</p> <p>6. Форма контролю – обговорення.</p>	90
ХІІІ заняття «Кодекс майбутнього професіонала»	<p>1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Самоврядування як форма управління, що ґрунтується на праві самостійного вирішення питань внутрішнього керівництва».</p> <p>2. Психогімнастична вправа</p>	90

	<p>«Спільний рахунок».</p> <p>3. Групова дискусія «Значення мотивації та делегування повноважень».</p> <p>4. Психологічна гра «Наш вибір».</p> <p>5. Творчо-аналітична вправа (робота в малих групах): розробити «Кодекс майбутнього професіонала».</p> <p>6. Форма контролю – обговорення.</p>	
XIV заняття «Команда, як єдине ціле»	<p>1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Команда, її сутність та особливості розвитку».</p> <p>2. Психогімнастична вправа «Зв'язування групи».</p> <p>3. Групова дискусія «Як вибудувати ефективну команду?».</p> <p>4. Психологічна гра «П'єса й актори».</p> <p>5. Домашнє завдання: «Теоретико-методологічний аналіз поняття «корпоративна культура».</p> <p>6. Форма контролю – обговорення.</p>	90
XV заняття «Підсумкове»	<p>1. Групова дискусія «Підсумки навчання».</p> <p>2. Психологічна гра «Подарунки».</p> <p>3. Форма контролю – обговорення та анкетування.</p>	90

Повністю опис тренінгової програми «Розвиток корпоративної культури в майбутніх фахівців» подано у Додатку Д.

Зміст та принципи побудови тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців» відповідають загальній стратегії формування етапу дослідження. Проведена робота дала змогу перевірити ефективність розробленого тренінгу.

3. 3. Динаміка розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців за результатами формувального експерименту

Для вивчення динаміки розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців було проведено порівняння отриманих результатів до та після експерименту, у зв'язку з цим було використано непараметричний критерій Т-критерій Вілкоксона, який призначений для оцінки різниці між двома умовами з використанням даних експерименту з повторними вимірами. Необхідно зауважити, що чим менший показник зазначеного критерію, тим більші спостережено відмінності. Якщо значення дорівнює 0, то можна стверджувати, що показник зазнав значних змін у всіх досліджуваних. Крім того, обчислювався показник приросту, тобто на скільки відсотків після проведеного експерименту змінився показник, якщо брати до уваги за 100% показник до експерименту.

Отже, на основі проведеного формувального експерименту вважаємо за необхідне проаналізувати отримані результати за визначеними в другому розділі дисертаційного дослідження критеріями щодо розвитку корпоративної культури в майбутніх фахівців.

Було визначено такі критерії щодо результативності проведеного авторського тренінгу, а саме:

- оцінювання майбутніми фахівцями сили та рівня корпоративної культури закладу вищої освіти після експерименту;
- повторне оцінювання привабливості корпоративної культури закладу вищої освіти майбутніми фахівцями;
- оцінювання виражених змін у значеннях головних психологічних чинників розвитку корпоративної культури в майбутніх фахівців.

Отже, вважаємо за необхідне схарактеризувати значущі зміни, які були визначені в результаті проведеного формувального експерименту за критерієм оцінювання значущості майбутніми фахівцями сили та рівня корпоративної культури закладу вищої освіти після експерименту.

У результаті порівняння даних за результатами тестування між експериментальною та контрольною групами під час констатувального експерименту та після проведення формувального експерименту було визначено, що в ЕГ спостерігається статистично значуща позитивна динаміка щодо підвищення сили та рівня корпоративної культури для майбутніх фахівців, а в КГ не зафіксовано відповідної динаміки (табл.3.2; дод. Г.1-Г.2).

Таблиця 3.2.

**Порівняльна таблиця розподілу рівнів розвитку компонентів КК у
ЕГ і КГ до та після формувального експерименту**

До формувального експерименту				
Аксіологічно-мотиваційний				
		низький	середній	високий
групи	експериментальна	25,2%	54,0%	20,8%
	контрольна	25,9%	59,5%	14,6%
Гносеологічно-смысловий				
		низький	середній	високий
групи	експериментальна	17,9%	64,2%	17,9%
	контрольна	18,5%	63,0%	18,5%
Діяльнісно-вчинковий				
		низький	середній	високий
групи	експериментальна	7,1%	50,0%	42,9%
	контрольна	11,1%	48,1%	40,7%
Індивідуально-особистісний				
		низький	середній	високий
групи	експериментальна	42,8%	53,5%	3,6
	контрольна	44,4%	51,9%	3,7
Після формувального експерименту				
Аксіологічно-мотиваційний				
		низький	середній	високий
групи	експериментальна	3,6%	50,0%	46,4%
	контрольна	22,2%	59,3%	18,5%
Когнітивно-смысловий				
		низький	середній	високий
групи	експериментальна	7,1%	42,9%	50,0%
	контрольна	11,1%	70,4%	18,5%
Діяльнісно-вчинковий				
		низький	середній	високий
групи	експериментальна	3,6	32,1%	64,39%
	контрольна	7,4%	51,9%	40,7%

Індивідуально-особистісний				
		низький	середній	високий
групи	експериментальна	14,3%	53,6%	32,1%
	контрольна	37,0%	59,3%	3,7%

Необхідно зауважити, що до експерименту контрольна та експериментальна вибірки були сформовані з одного й того ж курсу навчання, вони однакові за віком, тому не мали виражених відмінностей.

Тому вважаємо, що потрібно більш детально проаналізувати отримані дані за окремими методиками.

Отже, повторне дослідження здійснювалося на IV курсі навчання за методикою «Оцінка сили організаційної культури» за Р.Ф.Дафтом. Отримані результати представлені в табл. 3.3.

Таблиця 3.3.

Результати повторного тестування оцінювання майбутніми фахівцями сили корпоративної культури закладу вищої освіти

Показники	До початку ФЕ	Після ФЕ	Приріст	T	P
Сила корпоративної культури	46,13	48,62	5%	2365,5	0,065

Відповідно до отриманих даних можна дійти висновку, що оцінювання сили корпоративної культури майже не зазнало змін, це підтверджується тим, що приріст перебуває на грані значущості, де $p=0,065$.

За методикою «Рівень корпоративної культури» у результатах повторного тестування були отримані дані, які представлені в табл. 3.4.

Таблиця 3.4.

Результати повторного тестування оцінювання майбутніми фахівцями рівня корпоративної культури закладу вищої освіти

Чинники	До початку ФЕ	Після ФЕ	Приріст	T	P
Робота	40,01	50,42	25%	706,5	0
Комунікація	35,5	43,18	23 %	901	0
Управління	46,55	56,63	24 %	937,5	0
Мотивація та мораль	48,25	57,65	19 %	1153,5	0
Загальний рівень КК	170,31	207,88	24%	874	0

Проаналізувавши отримані результати, можемо підсумувати, що показник рівня корпоративної культури збільшився, це підтверджується тим, що приріст (24%) перебуває на межі значущості, де $p < 0,001$, крім того, необхідно зазначити, що інші показники теж збільшилися, а саме: показник «робота» збільшився на 25%, де рівень значущості $< 0,001$; «комунікація» – на 23%, де рівень значущості $< 0,001$; «управління» – на 24%, де рівень значущості $< 0,001$, але важливо зауважити, що найменший показник за шкалою «мотивація та мораль» – збільшився на 19%, де рівень значущості $< 0,001$.

Отримані результати представлено на графіку 3.1.

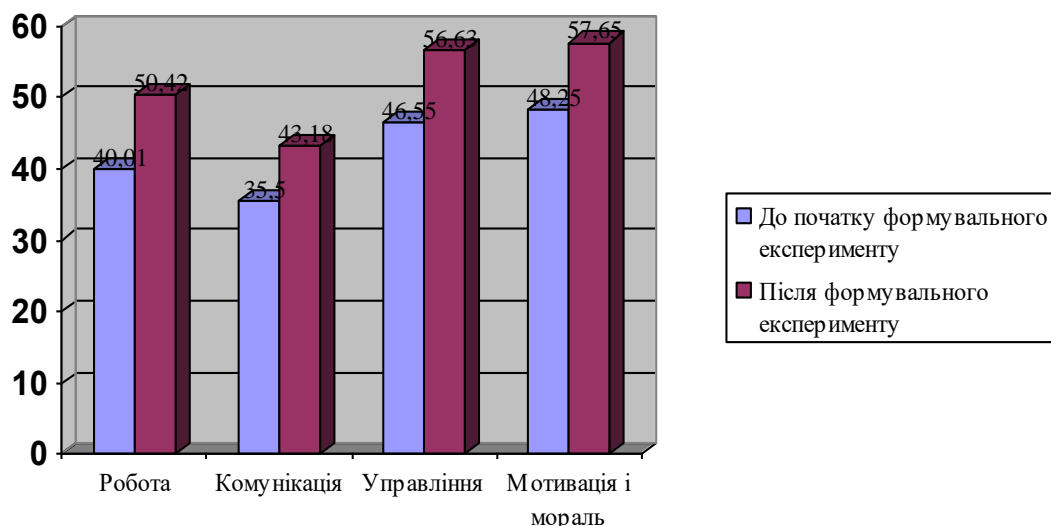


Рис. 3.1. Результати оцінювання майбутніми фахівцями рівня корпоративної культури закладу вищої освіти до й після формувального експерименту

За іншим опитувальником, який спрямований на визначення привабливості культури організації, також було проведене повторне тестування й визначено, що в КГ виражених відмінностей не відмічається, а наприклад, у ЕГ спостерігаються значуща та позитивна динаміка, що підтверджується отриманими даними, які представлені в табл. 3.5.

Таблиця 3.5.

Результати проведеного повторного тестування оцінювання майбутніми фахівцями привабливості культури закладу вищої освіти

Шкали корпоративної культури	До початку ФУ	Після ФЕ	T	P
Потреба в інтенсивній творчій роботі	-0,67	0,16	9,5	<0,001
Потреба в легкій роботі	-3,44	-1,07	303,5	<0,001
Задовільні умови праці	-5	-0,37	207	<0,001
Матеріальне заохочення	-2,13	-0,07	278,5	<0,001
Потреба в конструктивній взаємодії	-2,6	-0,31	267	<0,001
Потреба в повазі й визнанні	-2,3	-0,07	174	<0,001
Мотивація трудової	-1,46	0,4	233,5	<0,001

діяльності працівників				
Участь фахівців організації в управлінні	-2,71	-0,32	421	<0,001
Потреба в досягненні успіхів компанії	-2,75	-0,43	240	<0,001
Єдність колективу компанії	-2,16	-0,23	204	<0,001
Визначеність в організації праці	-4,24	-1,33	56,5	<0,001
Невизначеність у роботі	0,84	1,56	957,5	0,002

Проаналізувавши представлені дані до й після формувального експерименту, можемо констатувати, що отримані результати за всіма шкалами корпоративної культури підвищились. Але необхідно зауважити, що за деякими шкалами, а саме: «Потреба в інтенсивній творчій роботі», «Мотивація трудової діяльності працівників», «Невизначеність у роботі» - були отримані позитивні значення, тоді як інші шкали мали негативні значення, що свідчить про якісний перехід до явної задоволеності роботою.

Отже, вважаємо, що для кращого розуміння отриманих даних необхідно представити результати на графіку 3.2.

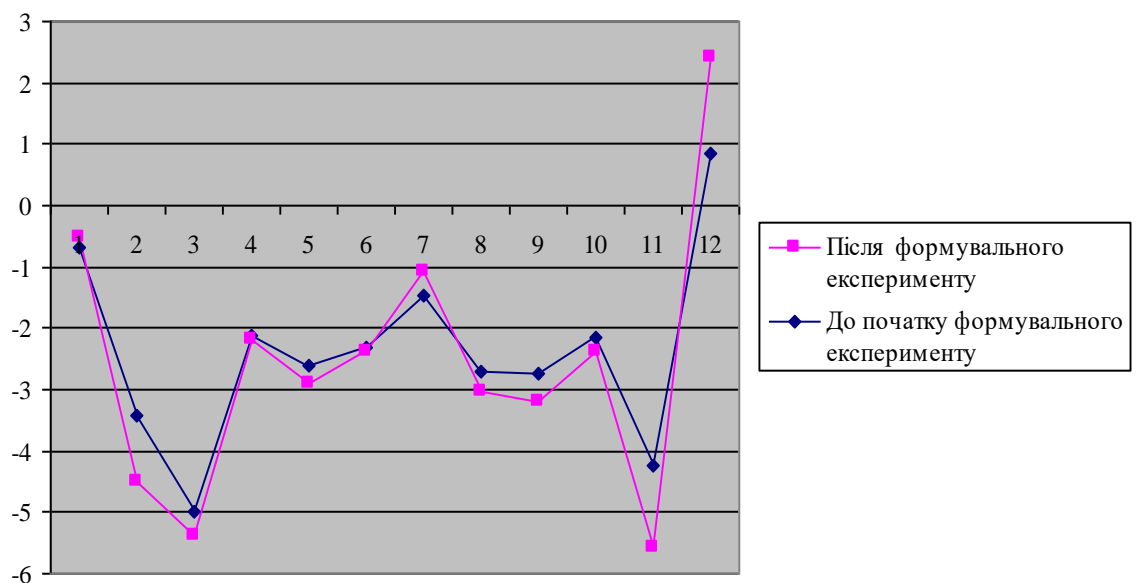


Рис. 3. 2. Результати оцінювання майбутніми фахівцями привабливості культури закладу вищої освіти до й після експерименту

Крім того, було порівняно отримані результати тестування до та після експерименту за деякими показниками, що дало змогу визначити такі показники, які представлені в табл. 3.6. та 3.7.

Таблиця 3.6.

**Порівняння оцінювання майбутніми фахівцями привабливості
реальної корпоративної культури (середні значення показників)**

Шкали корпоративної культури	До початку ФЕ	Після ФЕ	Приріст	T	P
Потреба в інтенсивній творчій роботі	7,34	8,10	12%	0	0
Потреба в легкій роботі	5,84	7,25	26%	312,5	0
Задовільні умови праці	5,8	7,19	29%	334,5	0
Матеріальне заохочення	6,22	7,3	20%	425	0
Потреба в конструктивній взаємодії	6,25	7,55	21%	444,7	0
Потреба в повазі й визнанні	5,16	7,10	39%	118,5	0
Мотивація трудової діяльності працівників	5,47	7,10	29%	216	0
Участь фахівців організації в управлінні	4,40	6,0	40%	340	0
Потреба в досягненні успіхів компанії	5,48	6,87	26%	310,5	0
Єдність колективу компанії	6,54	7,54	17%	496	0
Визначеність в організації праці	4,66	6,36	37%	344	0
Невизначеність у роботі	5,4	6,07	15%	739,5	0,01
Змістовне наповнення роботи	6,57	7,66	16%	217,5	0
Утилітарна потреба	5,94	7,35	24%	286	0

(задовільні умови праці, матеріальне стимулювання роботи)					
Мотивація фахівця до професійної діяльності	4,95	6,67	35%	230	0
Патріотизм (потреба в тому, щоб компанія досягла значних успіхів, об'єднання колективу установи)	6,04	7,0	20%	314,5	0
Організація роботи	5,12	5,65	10%	795	0
Загальна привабливість	5,74	6,99	23%	232,5	0

Відповідно до отриманих результатів, можна констатувати, що загальна привабливість відносно значень 3 курсу збільшилася на 4 курсі, де $T=232,5$, а рівень значущості менше 0,001. Визначено, що найменший приріст у показника за шкалою «Потреба в інтенсивній творчій роботі», де $T=0$, а рівень значущості 0,001, а найвищий – за шкалою «Участь фахівців організації в управлінні», де $T=340$, а рівень значущості $<0,001$. За загальними показниками, найбільшого приросту набула «Мотивація трудової діяльності працівників», де $T=230$, а рівень значущості при цьому був менше 0,001.

Окрім того, представлено результати за порівняльним оцінюванням майбутніми фахівцями привабливості ідеальної корпоративної культури закладу вищої освіти, які представлені в табл. 3.6.

Таблиця 3.7.

Порівняння оцінювання майбутніми фахівцями привабливості ідеальної корпоративної культури закладу вищої освіти до й після формувального експерименту (середні значення показників)

Шкали корпоративної культури	До початку ФЕ	Після ФЕ	Приріст	T	P
------------------------------	---------------	----------	---------	---	---

Потреба в інтенсивній творчій роботі	8,01	7,86	-2%	37	0,054
Потреба в легкій роботі	9,22	8,23	-10%	2075,5	0
Задовільні умови праці	8,59	7,66	-10%	1956	0
Матеріальне заохочення	8,13	7,33	-8%	2007	0
Потреба в конструктивній взаємодії	8,89	7,87	-12%	2334	0
Потреба в повазі й визнанні	7,64	7,10	-6%	1753	0,002
Мотивація трудової діяльності працівників	6,93	6,42	-6%	1693,5	0,004
Участь фахівців організації в управлінні	7,14	6,61	-6%	1673	0,012
Потреба в досягненні успіхів компанії	8,23	7,33	-10%	2005	0
Єдність колективу компанії	8,82	7,90	-13%	1857	0
Визначеність в організації праці	8,93	7,69	-15%	2132,5	0
Невизначеність у роботі	4,52	4,52	0%	928	0,748
Загальна бажана привабливість	8,0	7,37	-8	3063,5	0

Отже, проаналізувавши отримані дані, можемо зробити висновок, що загальна бажана привабливість зменшилася на 8%, де $T=3063,5$, а рівень значущості менше 0,001. Але необхідно зазначити, що найменше змінилися показники за шкалою «Потреба в інтенсивній творчій роботі», де $T=37$, а рівень значущості дорівнює 0,054.

Крім того, у межах нашого дослідження було проведене повторне тестування в ЕГ за методикою «Оцінка психологічної атмосфери в колективі» А.Ф.Фідлера. За результатами дослідження було визначено, що

суб'єктивне оцінювання частково змінилося. Простежується зменшення загального негативного оцінювання психологічної атмосфери на 9%, де $T=3898,5$, а рівень значущості дорівнює $0,055$. Крім того, знизилася оцінка за шкалою «Ворожість» на 17%, де $T=2545,5$, а рівень значущості при цьому дорівнює $0,01$, а шкала «Байдужість» зменшилась на 12%, де $T=2669,5$, при цьому рівень значущості дорівнює $0,034$.

Відповідно до отриманих результатів повторного тестування за методикою «Визначення психологічного клімату в організації», були продемонстровані результати, що представлені в табл. 3.8.

Таблиця 3.8.

Результати повторного тестування щодо оцінювання майбутніми фахівцями психологічного клімату в організації до й після формувального експерименту (середні значення показників)

Складові	До початку ФЕ	Після ФЕ	Приріст	T	P
Відповідальність	3,12	5,36	70%	156,5	0,001
Колективізм	3,28	5,67	72%	212,5	0,001
Згуртованість	2,38	5,20	120%	80,5	0,001
Контактність	4,19	7,05	68%	306,5	0,001
Відкритість	3,41	7,57	124%	58,5	0,001
Організованість	3,7	6,85	94%	151,5	0,001
Поінформованість	5,19	7,55	48%	356,5	0,001

Отже, на основі отриманих даних, які представлені в табл. 3.7., можемо констатувати, що оцінювання майбутніми фахівцями психологічного клімату за всіма складовими значно покращилося. Але варто зауважити, що найменший приріст (48%), який відіграє важливе значення для розвитку корпоративної культури, має шкала «Поінформованість», де $T=356,5$, а рівень значущості при цьому менше $0,001$. А наприклад, показник за шкалою «Відкритість» зазнав найбільших змін, зі значення $3,41$ до $7,57$, а приріст становить 124%, а також показник «Згуртованість» збільшився на 120%, де $T=80,5$, а рівень значущості при цьому менше $0,001$.

Методику «Експрес-діагностика соціальних цінностей особистості» проводили для порівняння результатів до й після формувального експерименту. Отримані дані представлено в табл. 3.9.

Таблиця 3.9.

Результати повторного тестування щодо оцінювання майбутніми фахівцями соціальних цінностей та вольвої саморегуляції до й після формувального експерименту (середні значення показників)

Цінності	До початку ФЕ	Після ФЕ	Приріст	T	P
Професійні	140,21	145,43	4%	1763	0,021
Матеріальні	180,02	176,74	-2%	2143,5	0,124
Родинні	116,65	110,65	-6%	2374	0,004
Суспільні	160,31	163,92	2%	1657,5	0,136
Громадські	127,75	131,5	2%	2155,5	0,367
Духовні	170,65	173,5	0%	1770	0,803
Фізичні	124,74	120,43	-4%	2247,5	0,257
Інтелектуальні	110,7	112,5	4%	1752	0,025
Вольова саморегуляція					
Наполегливість	169,51	167,8	0%	1746	0,799
Самовладнання	126,98	130,9	1%	2153,7	0,417

Проаналізувавши отримані дані, які представлені в таблиці маємо зазначити, що до та після експерименту щодо оцінювання майбутніми фахівцями соціальних цінностей простежуються незначні зміни. Але варто підкреслити, що найбільших змін зазнали професійні та інтелектуальні цінності, а фізичні й родинні змінилися в бік зменшення.

Отже, на основі вище зазначеного можемо дійти висновку, що відповідно до отриманих даних за допомогою повторного тестування саме в ЕГ значна кількість показників зазнала великих змін.

На основі порівняння, відповідно до результатів проведеного повторного тестування в КГ, було визначено, що не зазнали значущих змін такі показники: привабливість, корпоративна культура, гігієнічні та мотиваційні чинники, психологічний клімат, соціальні цінності, вольова саморегуляція а от щодо суб'єктивного оцінювання психологічної атмосфери, то воно зазнало змін у бік зменшення. Відповідно до об'єму вибірки, необхідно зауважити, що відносно незначний приріст вважається значущим, що підтверджують отримані дані, які відображено в табл. 3.10.

Таблиця 3.10.

**Результати проведеного повторного тестування оцінювання
майбутніми фахівцями психологічної атмосфери в групі в КГ
(середні значення показників)**

Психологічна атмосфера в групі	До початку ФЕ	Після ФЕ	Приріст	T	P
Ворожість	3,10	3,67	5%	356,5	0,652
Незгода	3,53	3,65	4%	404	0,726
Незадоволеність	3,83	3,53	-7%	400,5	0,443
Нерезультативність	3,43	3,9	10%	301,5	0,125
Холодність	3,75	4,53	22%	303	0,057
Неузгодженість	2,66	4,01	40%	221,5	0,001
Недоброзичливість	3,53	4,37	17%	363,5	0,08
Байдужість	3,72	4,75	21%	287	0,055
Одноманітність	3,43	4,73	24%	285,5	0,021
Безуспішний	3,25	3,65	12%	344	0,363
Психологічна атмосфера	3,68	3,99	15%	428,5	0,1

Відповідно до представлених результатів тестування, у табл. 3.10. до й після формувального експерименту простежується приріст на 22% щодо шкали «Холодність», де $T=303$, а рівень значущості дорівнює 0,057. Крім того, показник «Неузгодженість» зріс на 40%, де $T=221,5$, при цьому рівень значущості становив 0,001, шкала «Одноманітність» на 24%, де $T=285,5$, а рівень значущості при цьому дорівнює 0,021. Отже, можемо дійти висновку,

що в КГ зазнало змін тільки суб'єктивне оцінювання, а інші показники не змінилися.

Варто зауважити, що до проведення експерименту учасники в КГ та ЕГ були відібрані з одного й того ж курсу навчання, тобто вони однакові за віком, тому не мають виражених відмінностей.

Відповідно до вище зазначеного, можемо підсумувати, що відсутність навчальних занять на психолого-педагогічному рівні з метою розвитку корпоративної культури, з одного боку, залишила без змін показники за головними параметрами, а з іншого – забезпечила погіршення психологічної атмосфери в колективі.

Окрім того, отримані на основі порівняльного аналізу дані до й після формувального експерименту засвідчили, що після впровадження тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців» простежується позитивна динаміка за всіма зазначеними показниками, про що свідчить математична обробка за допомогою непараметричного критерію Вілкоксона. Насамперед, зросла оцінка майбутніми фахівцями сили й рівня корпоративної культури. Крім того, підвищилась загальна привабливість корпоративної культури закладу вищої освіти.

Також було проведено оцінювання майбутніми фахівцями психологічного клімату в закладі вищої освіти й зафіксовано, що значно покращилися результати за такими шкалами: згуртованість, організованість, інформованість, відповідальність. Загальна негативна оцінка майбутніми фахівцями психологічної атмосфери в колективі знизилася, крім того, зазнали змін такі шкали, як «ворожість» та «байдужість», у бік зменшення. Але варто наголосити, що значних позитивних змін у соціальних цінностях набули інтелектуальні та професійні цінності. Відповідно до проведеного математичного обрахунку, визначено достовірну відмінність у показниках загального рівня мотивації корпоративної поведінки майбутніх фахівців.

Отже, зміни в позитивному аспекті зафіксовано за такими показниками: сила корпоративної культури в майбутніх фахівців; рівень

корпоративної культури в респондентів; рівень привабливості корпоративної культури вищого закладу освіти для майбутніх фахівців та оцінювання загального психологічного клімату; оцінювання психологічного клімату в закладі вищої освіти; оцінка психологічної атмосфери в колективі; рівень прояву ціннісних орієнтацій; рівень мотивації організаційної поведінки. Отримані результати формульованого експерименту засвідчили результативність розробленого тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців» із підвищення корпоративної культури в майбутніх фахівців закладів вищої освіти. Тренінгова програма може бути застосована в системі професійної підготовки майбутніх фахівців, а також під час реалізації психологічної роботи з персоналом організації стосовно покращення їхньої корпоративної культури.

За результатами констатувального та формульованого експериментів нами були розроблені психолого-педагогічні рекомендації з інноваційного розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців.

34.3. 1. Психолого-педагогічні рекомендації з інноваційного розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців

Фахівці, що працюють у сфері управління, розглядають інноваційність як фактор якісних позитивних змін у керівництві організацією та діяльності її окремих функціональних структур.

Найбільш ефективні інноваційні стратегії – ті, які синтезують нововведення в організації та змістовому наповненні діяльності закладу освіти, забезпечують його конкурентоздатність і наближення до найпереводіших технологій освітніх установ. Як приклад інноваційності – впровадження в практику підготовки фахівців освітньо-наукового рівня «доктор філософії» [5, с.339].

Перше, на що необхідно звернути увагу керівництву закладу вищої освіти для удосконалення змісту та поліпшення організації освітньої

діяльності – це впровадження інновацій в освітній процес та наукову діяльність, задіяння додаткових стимулів та ресурсів для вироблення зацікавленості та інтересу майбутніх фахівців до прогресивних змін у діяльності закладу вищої освіти, що й впливатиме на подальший розвиток корпоративної культури на психологічному рівні.

Вважаємо, що до основних психолого-педагогічних закономірностей розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців необхідно ввести:

- гармонізацію інтересів персоналу закладу вищої освіти та майбутніх фахівців;
- досягнення такого рівня відповідальності кожного працівника та студента, при якому кожен відчував би свою причетність до закладу вищої освіти, яка поєднує особистісні та колективні інтереси;
- стимулювання та використання конструктивного, творчого начала корпоративної культури як рушійного чинника саморозвитку;
- розвиток психологічних засад корпоративної етики в її ціннісно-поведінковому вимірі;
- спрямування корпоративно-культурного професіогенезу на збереження та примноження здобутків закладів вищої освіти, що забезпечують його конкурентоздатність та самобутність;
- розвиток усіх складових корпоративної культури як джерела ідентифікації її суб'єктів з цінностями, цілями та традиціями закладу вищої освіти;
- розроблення системи адаптації майбутніх фахівців для налагодження стосунків у вже сформованому колективі;
- розроблення чіткої місії та цінностей закладу вищої освіти, до формулювання яких варто долучити кожного майбутнього фахівця.

Бажано провести таку роботу в форматі круглого столу та брейн-штурму, де кожен матиме можливість висловити власну думку та відчуту залученість до важливих процесів у закладі освіти. Важливо, щоб сформовані

цінності набували відображення в діяльності кожного члена команди, а не були просто записаними на папір без реалізації в практичній діяльності.

Вважаємо, що інноваційний розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців має бути спрямований на: оволодіння знаннями про психологічні особливості корпоративної культури; усвідомлення значення особистісного фактору в процесі формування корпоративної культури; осмислення власних особистісних якостей, що здійснюють вплив на успішність розвитку корпоративної культури; оволодіння методами діагностики корпоративної культури; оволодіння вміннями та навичками інноваційного стилю діяльності.

Потребують подальшого виявлення психологічних факторів, що створюють умови інноваційного розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців.

Висновки до третього розділу

У процесі проведеного дослідження було розроблено програми формувального експерименту щодо становлення майбутніх фахівців як носіїв корпоративної культури та психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців». За результатами формувального експерименту відстежено динаміку розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців і розроблено психолого-педагогічні рекомендації з інноваційного розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців.

Програма формувального експерименту містить визначення основної мети, формулювання завдань, програму психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців», який сприяв активізації провідних психологічних чинників розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців; визначення головних критеріїв результативності проведеного формувального експерименту.

Розвивальна програма складалася з чотирьох взаємопов'язаних блоків: інформаційного, мотивувального, формувального та контрольного. Кожен

блок містив систему занять із проведенням дискусій, рольових ігор, психогімнастичних вправ, розв'язанням проблемних ситуацій.

Результати формувального експерименту дали змогу дійти висновку, що розвиток корпоративної культури в майбутніх фахівців можливий за умови активізації значущих психологічних чинників. Активізація зазначених психологічних чинників можлива за умови впровадження психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури в майбутніх фахівців». Реалізація змісту цього тренінгу доцільна за допомогою таких форм впровадження, як мінілекція, психогімнастичні вправи, дискусія, рольові та ділові ігри, мозковий штурм, метод проєктів.

Доведено дієвість розробленої програми з підвищення корпоративної культури в майбутніх фахівців закладів вищої освіти, оскільки після формувального експерименту відбулися позитивні зміни за такими показниками: сила корпоративної культури в майбутніх фахівців; рівень корпоративної культури в респондентів; рівень привабливості корпоративної культури закладу вищої освіти для майбутніх фахівців та оцінювання загального психологічного клімату; оцінювання психологічного клімату в закладі вищої освіти; оцінка психологічної атмосфери в колективі; рівень прояву ціннісних орієнтацій; рівень мотивації організаційної поведінки.

Запропоновано психолого-педагогічні рекомендації з інноваційного розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців, у змісті яких визначено, що інноваційний розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців має бути спрямований на: оволодіння знаннями про психологічні особливості корпоративної культури; усвідомлення значення особистісного фактору в процесі формування корпоративної культури; осмислення власних особистісних якостей, що впливають на успішність розвитку корпоративної культури; оволодіння методами діагностики корпоративної культури; оволодіння вміннями та навичками інноваційного стилю діяльності.

Список використаних джерел у розділі 3

1. Брюховецька О. В. Креативність як чинник формування комунікативної компетентності керівників освітніх організацій. *Наука і освіта*. 2010. №2. С. 151–155.
2. Ващенко І. В. Корпоративна культура як засіб активації інноваційної діяльності освітніх установ. Актуальні проблеми психології особистості та міжособистісних взаємин: матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції. Кам'янець-Подільський. 2016. 131–133.
3. Волошина В. Психологічні технології підготовки майбутнього психолога: автореферат дис. ... докт. психол. наук: 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія». Київ, 2016. 44 с.
4. Єльнікова Г. Управлінська культура керівника загальноосвітнього навчального закладу. Управлінська компетентність. К. : Ред. загальнопед. газ., 2005. 128 с.
5. Завацька Н. Є. Інтегративний підхід до психологічних чинників формування організаційної культури учнівської молоді в освітньо-виховному середовищі навчального закладу. Актуальні проблеми психології: *Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*: зб. наук. праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. За ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. Т. 1. Вип. 41. К., 2014. 19–42.
6. Завацька Н. Є. Системний підхід у вирішенні проблеми реадптації особистості. Теорія і практика управління соціальними системами: науково-практичний журнал. Х.: НТУ «ХП». 2010. № 4. 30 – 39.
7. Завацька Н. Є. Теоретичні підходи та основні методи психотерапії узалежненої поведінки: соціально-психологічний аспект. Монографія. Київ: Український видавничий консорціум. 2008. 260с.

8. Карамушка Л. М. Психологія організаційної культури вищого навчального закладу (у контексті становлення професійної ідентичності студентів): монографія. К. Запоріжжя: Кругозір. 2015. 276 с.
9. Ковалевський С. В., Кошева Л. В. Управління процесом формування особистісних якостей студентів. *Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту*. 2013. № 2. 28–33.
10. Кондратенко Г. Г. *Формування корпоративної культури майбутнього вчителя музики в умовах соціально-гуманітарної роботи вищого навчального закладу*. Професійна мистецька освіта і художня культура: виклики ХХІ століття : матер. міжнарод. наук.-практ. конф. 2014. 365-372.
11. Кошева Л. В. Аналіз результатів експериментальних досліджень та методичні рекомендації із забезпечення впливу засобів фізичного виховання на корпоративну культуру студентів. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика: збірник наукових праць*. 2010. Вип. 3(38). С. 107-118. URL : <http://oaji.net/articles/2014/690-1396863252.pdf>
12. Кошева Л. В. Формування корпоративної культури студентів вищих технічних навчальних закладів засобами фізичного виховання : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.07. Луганськ : Східноукраїнський національний ун-т ім. В. Даля. 2011. 20.
13. Креденцер О. В. Психологічна підготовка персоналу освітніх організацій до розвитку організаційної культури в умовах соціальної напруженості. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2018. № 1 (12). 89-98
14. Максименко С. Д., Карамушка Л. М., Креденцер О. В., Філь О. А. Комплекс активних методів та форм психологічної підготовки підприємців до підвищення ефективності підприємницької діяльності. *Актуальні проблеми психології*. Том.1.: Соціальна психологія. Організаційна психологія. Економічна психологія: Зб. наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України. К.: Міленіум. 2005. Ч.14. 3–9.
15. Мілютіна К. Л. Теорія та практика психологічного тренінгу: навч. посіб. К.: МАУП. 2004. 192 с.

16. Пов'якель Н. І. Психологічні умови розвитку мислення та конкурентоспроможності сучасного фахівця з практичної та прикладної психології. *Актуальні проблеми психології. Том 1: Соціальна психологія*. К.: Інститут психології ім. Г.С. Костюка АПН України, 2002. Ч. 6. 284-288.
17. Побірченко Н. А. Формування особистісної готовності учнів загальноосвітньої школи до підприємницької діяльності: автореферат дис. ...докт. психол. наук: 19.00.07 / Інститут педагогіки і психології професійної освіти Академії педагогічних наук України. К. 2000. 39.
18. Психологічні детермінанти розвитку організаційної культури: монографія [Карамушка Л. М., Креденцер О. В., Терещенко К. В. та ін.] К.: Педагогічна думка. 2015. 288. <https://lib.iitta.gov.ua/10087/>
19. Сняданко І. І. Психологічні засади підготовки студентів технічних університетів до професійно-управлінської діяльності. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора психологічних наук за спеціальністю 19.00.10 – організаційна психологія; економічна психологія. – Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України. – Київ, 2017.
20. Теплова Л. Є. Теорія і методологія управління розвитком організаційної культури споживчої кооперації. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. 2005. 5. Режим доступу:<http://ebib.pp.ua/algorithm-issledovaniya-organizatsionnoy.html>
21. Терещенко К. В. Толерантність як чинник розвитку організаційної культури закладів освіти. *Актуальні проблеми психології. Т. 1 : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія*: зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. К.-Алчевськ : ЛАДО. 2013. Вип. 39. 16–18.
22. Технологія тренінгу [Упоряд.: О. Главник, Г. Бевз. За заг. ред. С. Д. Максименко]. К.: Плавник. 2005. 112.
23. Федосова Г. Л. Підготовка менеджерів та персоналу організацій до роботи з інформаційними технологіями/ Психологічні основи ефективної діяльності організацій в умовах соціально-економічних змін: Тези IV наук.

- прак. конф. з організаційної та економічної психології. К.: Наук. світ, 2006. 104– 105.
24. Cooke R. A. Behavioral norms and expectations: A quantitative approach to the assessment of organizational culture. *Group and Organization Studies*. 1988. Vol. 13(3). 245 – 273.
25. Furnham A. *The psychology of behaviour at work: The individual in the organization*. Hove. England: Psychology Press. 1997. 201.
26. Goleman D. *Emotional Intelligence*. New York: Bantam Books. 1995. 352.
27. Kilmann R. H. The Kilmann – Saxton culture-gap survey. Pittsburgh PA: Organizational Design Consultants 1983. 320.
28. Kilmann R., Saxton M. J. Issues in Understanding and Changing Culture. *California Management Review*. Winter. 1986. 89 – 104.
29. Matsumoto D. *Culture and Psychology*. Cengage Learning; 7th edition. 2022. 512.
30. Misra G., & Gergen K. On the Place of Culture in Psychological Science. *International Journal of Psychology*, 28(2). 1993. 225-243. DOI: 10.1080/00207599308247186
31. Parsons T. & Shils E. A. *Toward a general theory of action*. Cambridge MA: Harvard University Press. 1951.
32. Parsons T. *The Social System*. 2nd ed. (first published in 1951). London: Routledge. 1991. 448. URL : <https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/10/The-Social-System-by-Talcott-Parsons.pdf>
33. Susanj Z. Innovative climate and culture in manufacturing organizations: differences between some European countries. *SOC SCI INF*. 2000. № 39(2). 349–360.
34. Triandis H. C. The many dimensions of culture. *Academy of Management Executive*. 18. 2004. 88-93.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення і нове вирішення наукової проблеми, що виявляється у теоретичному обґрунтуванні та розкритті проблеми психологічних чинників становлення корпоративної культури у майбутніх фахівців; виявленні й експериментальній перевірці ефективності розробленої програми з розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців закладів вищої освіти.

1. Здійснено теоретичний аналіз проблеми дослідження й обґрунтовано психологічну структуру корпоративної культури майбутніх фахівців.

Корпоративна культура фахівця – особистісне утворення, що характеризує ступінь включеності в культурний досвід; інтеріоризації норм, цінностей, моделей поведінки, прийнятих у певній організації. Вона виступає внутрішнім регулятором організаційної поведінки та визначає здатність узгоджувати власні цінності та цілі з організаційними. КК включає такі компоненти, як: аксіологічно-мотиваційний (комплекс взаємопов'язаних цінностей, ціннісно-цільових орієнтацій, що зумовлюють їх зацікавленість, позитивне ставлення до корпоративної культури, майбутньої професійної діяльності та самореалізації у цій сфері потреб, інтересів та мотивів); гносеологічно-смысловий (система знань: загальних професійних і специфічних знань про діяльність в економічній сфері, знань про корпоративну культуру, її мету, місію, принципи, правила, норми, у змісті якої сконцентровані ключові корпоративні цінності, що визначають характер і мотиви навчально-професійної діяльності в умовах корпоративної культури); діяльнісно-вчинковий (система вмінь і навичок корпоративного спілкування й діяльності, необхідних для вирішення навчально-професійних завдань майбутніх фахівців економічного профілю, а також становлення системи корпоративних цінностей); індивідуально-особистісний компоненти (сукупність індивідуально-типологічних особливостей інтелектуальних, моральних, вольових, соціальних та інших рис особистості, які визначають

високий рівень вольової саморегуляції та своєрідність процесу становлення корпоративної культури кожної особистості).

2. Емпірично досліджено психологічну структуру корпоративної культури та виявлено психологічні чинники її становлення у майбутніх фахівців.

Здійснений аналіз результатів емпіричного дослідження аксіологічно-мотиваційного, гносеологічно-сміслового, діяльнісно-вчинкового, індивідуально-особистісного компонентів корпоративної культури майбутніх фахівців економічного профілю різного року навчання (I-Vкурсів) показав середній та низький рівні їх розвитку, що свідчить про недостатній рівень сформованості корпоративної культури у досліджуваних студентів.

Визначено, що для майбутніх фахівців, які входили до «групи із сильною вираженістю корпоративної культури», властиві такі чинники розвитку корпоративної культури: відповідальність і інтелектуальність, задоволеність освітнім процесом, мотивація щодо патріотизму та професійність. А для студентів, які увійшли до «групи із слабкою вираженістю корпоративної культури», визначена значущість таких чинників: дистантність у взаєминах у колективі, відкритість та організованість, мотивація до змістового наповнення діяльності і спрямованість на родинні та інтелектуальні цінності.

За результатами кореляційного та факторного аналізів з'ясовано систему психологічних чинників становлення корпоративної культури в майбутніх фахівців: емоційно-вольові, що характеризують належний рівень саморегуляції поведінки у корпоративному спілкуванні та діяльності; діяльнісно-поведінкові, що впливають на комфортність психологічної атмосфери в академічній групі студентів для дотримання норм корпоративної поведінки; пізнавально-сміслові, які здійснюють вплив на розуміння студентами норм та правил, визначають особливості їх прийняття та використання у спілкуванні й діяльності; мотиваційно-ціннісні, що визначають сукупність індивідуальних цінностей майбутніх фахівців та

суттєво впливають на мотивацію їхньої корпоративної поведінки.

Проведений констатувальний експерименту й аналізу отриманих результатів дає підстави стверджувати, що з метою досягнення сильної корпоративної культури необхідно розвивати якості, які властиві тим майбутнім фахівцям, які входять до сильної групи з поєднанням корекції психологічних чинників студентів слабкої групи.

3. Розроблено програму з розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців вищих освітніх закладів та перевірено її результативність. Програма складалася з чотирьох взаємопов'язаних блоків: інформаційного, мотивувального, формувального та контрольного. Кожен блок включав систему занять з проведенням дискусій, рольових ігор, психогімнастичних, розв'язання проблемних ситуацій, а також психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців» із застосуванням психологічних форм і методів роботи (міні-лекція, психогімнастичні вправи, дискусія, рольові та ділові ігри, мозковий штурм, метод проектів), що ґрунтується на принципах системного підходу (різноплановості; багатомірності; багаторівневості; ієрархічності; системної детермінованості; розвитку).

Розвиток корпоративної культури у майбутніх фахівців зумовлений активізацією значущих психологічних чинників в умовах психологічного тренінгу «Розвиток корпоративної культури у майбутніх фахівців». Після формувального впливу відбулися зміни в позитивному напрямі визначено за наступними показниками: сила корпоративної культури у майбутніх фахівців; рівень корпоративної культури у респондентів; рівень привабливості корпоративної культури вищого закладу освіти для майбутніх фахівців та оцінювання загального психологічного клімату; оцінювання психологічного клімату в закладі вищої освіти; оцінка психологічної атмосфери у колективі; рівень прояву ціннісних орієнтацій; рівень мотивації організаційної поведінки, що у цілому засвідчило дієвість розробленої

програми з підвищення корпоративної культури у майбутніх фахівців закладів вищої освіти.

4. Сформовані психолого-педагогічні рекомендації з інноваційного розвитку корпоративної культури майбутніх фахівців.

Визначено, що інноваційний розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців має бути спрямований на: оволодіння знаннями про психологічні особливості корпоративної культури; усвідомлення значення особистісного чинника в процесі формування корпоративної культури; осмислення власних особистісних якостей, що здійснюють вплив на успішність розвитку корпоративної культури; оволодіння методами діагностики корпоративної культури; оволодіння вміннями та навичками інноваційного стилю діяльності.

Дисертація не вичерпує всіх аспектів порушеної проблеми. Перспективи подальшого дослідження полягають у вивченні чинників і психологічних механізмів, які визначають динаміку та спрямованість процесу корпоративної культури у майбутніх фахівців на основі гендерних особливостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агієнко І. В. Соціально-філософський аналіз моделей формування особистості як суб'єкта культури: автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03. Дніпропетровськ. 1998. 20 с.
2. Білорус Т. В. Організаційна культура. Міждисциплінарний словник з менеджменту. К. : Нічлава, 2011. 41–42.
3. Бондарчук О. І. Соціально-психологічні основи особистісного розвитку керівників загальноосвітніх навчальних закладів у професійній діяльності : монографія. К. : Наук. Світ. 2008. 318.
4. Бровко К. А. Змістові характеристики корпоративної культури студентів університету. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2020. Том 2. № 69. 42-46. DOI <https://doi.org/10.32840/1992-5786.2020.69-2.7>
5. Бровко К. А. Освітнє середовище університету як чинник формування корпоративної культури студентської молоді. *Інженерні та освітні технології*. 2017. № 3(19). 90-96. URL : <http://eetecs.kdu.edu.ua>
6. Бровко К. Феномен корпоративної культури особистості в контексті освітологічних знань. *Освітологічний дискурс*/ 2017/ № 3-4 (18-19). 213.
7. Бровко К. А. Вплив куратора академічної групи на формування корпоративної культури студентів «World Science». Warsaw: RS Global Sp. z O.O. 2018. Vol.5, March № 3(31). 16–20.
8. Бровко К. А. Моделювання процесу формування корпоративної культури студентів вищих навчальних закладів. Науковий журнал «Педагогічний процес: теорія і практика». 2017. Вип. 2 (57). 125–129.
9. Ващенко І. В. Корпоративна культура як засіб активації інноваційної діяльності освітніх установ. Актуальні проблеми психології особистості та міжособистісних взаємин : м-ли VIII Міжнародної науково-практичної конференції. Кам'янець-Подільський. 2016. 131–133.
10. Великий тлумачний словник сучасної української мови. уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. 5-те вид. Київ. Ірпінь: Перун. 2005. 1728 с.

11. Винославська О. В., Малигіна М. П. Людські стосунки : Навчальний посібник. 2-е вид. перероб. і доповн. К. : Центр навчальної літератури. 2006. 142.

12. Волковницька Т. М. Робота куратора академічної групи вищого навчального закладу як педагогічна умова професійного становлення майбутніх фахівців. Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Сер.: Педагогічні науки. 2014. Вип. 115. 48–51. URL: https://divovo.in.ua/pars_docs/refs/30/29001/29001.pdf

13. Гнезділова К. М. Корпоративна культура викладача вищої школи : навч.-метод. посібник. Черкаси : ЧНУ імені Богдана Хмельницького. 2013. 124.

14. Гірц К. Інтерпретація культур: вибрані есе. Пер. с англ. Н. Комарова. Київ : Дух і Літера, 2001. 542 с.

15. Горностай П. П., Титаренко Т. М. Психологія особистості : Словник- довідник. К. : Рута. 2001. 320.

16. Данилюк І. I pede fausto – факультет психології. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2018. Том 1 № 8. 21-26. URL : <https://bpsy.knu.ua/index.php/psychology/issue/view/7>

17. Данилюк І. В. Мова як чинник згуртованості групового «Ми». *Соціальна психологія*. 2008. Том 1, вип. 27. 60-67.

18. Данилюк І. В. Психологія і культура. *Етнічна психологія як галузь наукового знання: історико-теоретичний вимір*: монографія. К. : Самміт-книга, 2010. 153-229.

19. Дмитренко М. Й. Головні стратегії дослідження корпоративної культури в сучасній філософській рефлексії. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2013. Вип. 67. 8-12.

20. Дмитренко М. Й. Інституціалізація соціальних відносин як умова буття корпоративної культури. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Філософія*.

Психологія. Педагогіка. 2012. № 2. 31-36. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKPI_fpp_2012_2_5

21. Дмитренко М. Й. Особистісний потенціал корпоративної культури. *Вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут». Філософія. Психологія. Педагогіка.* 2011. № 3. С. 18-23. http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKPI_fpp_2011_3_3

22. Дмитренко М. Й. Корпоративна культура та її екзистенціональний смисл. *Грані.* 2014. № 9. 27-32. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2014_9_7

23. Енциклопедичний словник з державного управління. Уклад. Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін. ; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. К. : НАДУ, 2010. 820.

24. Журавльова В. Корпоративна культура – дзеркало керівника? Київ : Четвертий вимір. 2014. 210. URL : http://4izmerenie.com/wp-content/uploads/kniga_VVZhuravlyovoy.pdf

25. Завацька Н. Є. Інтегративний підхід до психологічних чинників формування організаційної культури учнівської молоді в освітньо-виховному середовищі навчального закладу. Актуальні проблеми психології: *Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*: зб. наук. праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. За ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. Т. 1. Вип. 41. К., 2014. 19–42.

26. Завацька Н. Є. Мітічкіна О. О. Соціокультурні та психолого-педагогічні аспекти формування організаційної культури студентської молоді. Філософські дослідження. *Зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля.* Вип. 20. Л.: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2014. 213–223.

27. Завацька Н. Є. Системний підхід у вирішенні проблеми реадптації особистості. Теорія і практика управління соціальними системами : науково-практичний журнал. Х. : НТУ «ХП». 2010. № 4. 30 – 39.

28. Завацька Н. Є. Теоретичні підходи та основні методи психотерапії узалежненої поведінки: соціально-психологічний аспект. Монографія. Київ: Український видавничий консорціум. 2008. 260с.

29. Захарчин Г. М. Корпоративна культура: навч. посібник. Львів: Новий світ-2000, 2011. 344.

30. Іщук О. В. Організаційна культура вищого навчального закладу як чинник становлення професійної ідентичності студентів : автореф. ... канд. психологічних наук, спец. : 19.00.10 – організаційна психологія; економічна психологія. К. : Ін-т психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. 2013. 20 с.

31. Карамушка Л. М. Структура організаційної культури: основні напрямки дослідження. *Актуальні проблеми психології. Том I: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*: зб. наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка НАПН України. За ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. Київ-Алчевськ : ЛАДО, 2013. Вип. 37. 3-6. URL : <https://lib.iitta.gov.ua/1816/1/%D0%9A37.pdf>

32. Карамушка Л. М., Сняданко І. І. Психологія організаційної культури (на матеріалі промислових підприємств) : навч. посіб. Київ, Львів : Край. 2010. 212.

33. Карамушка Л. М., Терещенко К. В., Лагодзінська В. І., Івкін В. М., Шевченко А. М. Комплекс методик для вивчення особливостей та детермінант розвитку організаційної культури освітніх організацій. *Актуальні проблеми психології: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія* : зб. наук. праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. За ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. К. - Алчевськ : ДонДТУ. 2014. Т. 1. Вип. 40. 9–15.

34. Карамушка Л. М., Шевченко А. М. Організаційна культура загальноосвітніх навчальних закладів : наук.-метод. посіб. Біла Церква : КОПОПК. 2013. 104.

35. Карамушка Л. М. Комплекс методик для вивчення особливостей та детермінант розвитку організаційної культури освітніх організацій.

Актуальні проблеми психології : Зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С.Д. Максименко (гол.ред) та ін.]. К. – Алчевськ : ЛАДО. 2014. Т. I : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. 2014. Вип. 40. 9–15.

36. Карамушка Л. М. Психологія організаційної культури вищого навчального закладу (у контексті становлення професійної ідентичності студентів): монографія. К. Запоріжжя: Кругозір. 2015. 276 с.

37. Карамушка Л. М. Психологія організаційної культури (на матеріалі промислових підприємств) : навч. посіб. К. ; Львів : Край. 2010. – 212 с.

38. Ковалевський С. В., Кошева Л. В. Управління процесом формування особистісних якостей студентів. *Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту*. 2013. № 2. 28–33.

39. Коломінський Н. Л., Львовичкіна А. М. Етнопсихологія українців. *Україна на зламі тисячоліть: Історичний екскурс, проблеми, тенденції та перспективи* / заг. ред. Г.В. Щокіна, М.Ф. Головатого. К. : МАУП, 2000. 59-76.

40. Кондратенко Г. Г. *Формування корпоративної культури майбутнього вчителя музики в умовах соціально-гуманітарної роботи вищого навчального закладу*. Професійна мистецька освіта і художня культура: виклики ХХІ століття : матер. міжнарод. наук.-практ. конф. 2014. 365-372.

41. Космина Ю. М. Управління поведінкою персоналу підприємства на засадах корпоративної культури : дис. ... канд. економ. наук : 08.00.04. Львів : Національний університет «Львівська Політехніка». 2016. 200. URL : <https://lpnu.ua/sites/default/files/2020/dissertation/1390/diskosmyna.pdf>

42. Кошева Л. В. Аналіз результатів експериментальних досліджень та методичні рекомендації із забезпечення впливу засобів фізичного виховання на корпоративну культуру студентів. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика: збірник наукових праць*. 2010. Вип. 3(38). С. 107-118. URL : <http://oaji.net/articles/2014/690-1396863252.pdf>

43. Кошева Л. В. Експериментальні дослідження базового рівня корпоративних якостей студентів і випускників ВНЗ. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2010. Вип. 2 (37). 94-104. URL : <http://oaji.net/articles/2014/690-1396862067.pdf>

44. Кошева Л. В. Формування корпоративної культури студентів вищих технічних навчальних закладів засобами фізичного виховання : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.07. Луганськ : Східноукраїнський національний ун-т ім. В. Даля. 2011. 20.

45. Копець Г. Р., Леськів М. Р. Роль корпоративної культури у мотивації персоналу. Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. Львів, 2006. 232-239.

46. Креденцер О. В. Психологічна підготовка персоналу освітніх організацій до розвитку організаційної культури в умовах соціальної напруженості. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2018. № 1 (12). 89-98.

47. Креденцер О. В. Інноваційність як важлива психологічна характеристика підприємницької поведінки менеджерів освітніх організацій в контексті організаційного розвитку. *Актуальні проблеми психології*. Том. 1: *Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*. Ч. 29. К. : Вид-во «А.С.К.». 2011. 70–78.

48. Лефтеров В. О. Психологічні тренінгові технології в органах внутрішніх справ: [монографія: в 2-х т]. Донецьк: ДЮІ. 2008. Т. I.: *Методологія психотренінгу та його використання у професійнопсихологічному розвитку персоналу, задіяного в екстремальних видах діяльності*. 2008. 242.

49. Ломов Б. Ф. *Методологічні та теоретичні проблеми психології*. М.: Наука 1984. 92 – 101.

50. Майерс Д. *Соціальна психологія*. 7-е изд. СПб : Питер, 2011. 800.

51. Максименко С. Д., Карамушка Л. М., Креденцер О. В., Філь О. А. *Комплекс активних методів та форм психологічної підготовки підприємців*

до підвищення ефективності підприємницької діяльності. Актуальні проблеми психології. Том.1.: Соціальна психологія. Організаційна психологія. Економічна психологія: Зб. наукових праць Інституту психології ім. Г.С.Костюка АПН України. К.: Міленіум. 2005. Ч.14. 3–9.

52. Методологічні та теоретичні проблеми психології: навч. посібник [М. С. Корольчук, Ю. Л. Троофімов, В. І. Осьодло та ін.]. К.: Ніка-Центр, 2013. 47

53. Мітічкіна О. О. Соціально-психологічні чинники формування організаційної культури студентів вищих навчальних закладів : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 – соціальна психологія; психологія соціальної роботи. Луганськ : Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. 2012. 20.

54. Мілютіна К. Л. Теорія та практика психологічного тренінгу : навч. посіб. К.: МАУП. 2004. 192 с.

55. Наконечна Н. В. Організаційна культура як соціально-психологічне явище. Вісник післядипломної освіти ДВНЗ університет менеджменту освіти К., 2015. 111–122.

56. Наконечна Н. В. Психологічні умови розвитку корпоративної культури вищого навчального закладу приватної форми власності : автореф. дис. ... канд. психол. наук ; спеціальність 19.00.10 – організаційна психологія; економічна психологія. Київ : ВНЗ Університет економіки та права «Крок». 2016. 22 с.

57. Основи практичної психології [В. Панок, Т. Титаренко, Н. Чепелева та ін]. Вид. 2. К. : Либідь. 2001. 536 с.

58. Огнев'юк В. О. Інвестиції у людський акме-капітал – шлях України до процвітання. *Сучасні акмеологічні дослідження: теоретико-методологічні та прикладні аспекти* : моногр. К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2016. 912. URL : <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/18791/>

59. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: підручник: У 2 кн. Кн. 1: Соціальна психологія особистості і спілкування. Київ : Либідь/ 2004. 576.

60. Петрова І. Л. Зміни корпоративної культури як імператив організаційного розвитку. *Вісник Прикарпатського університету, серія «Економіка»*. Вип. 10. Івано-Франківськ: ПНУ, 2014. 76–79.

61. Папуча М., Наконечна М. Культурно-історична теорія та методологія Л. С. Виготського. *Психологія особистості*. Т.10. №1. 2019. 22-29

62. Пов'якель Н. І. Психологічні умови розвитку мислення та конкурентоспроможності сучасного фахівця з практичної та прикладної психології. *Актуальні проблеми психології. Том 1: Соціальна психологія*. К. : Інститут психології ім. Г.С. Костюка АПН України, 2002. Ч. 6. 284-288.

63. Побірченко Н. А. Формування особистісної готовності учнів загальноосвітньої школи до підприємницької діяльності: автореферат дис. ...докт. психол. наук: 19.00.07 / Інститут педагогіки і психології професійної освіти Академії педагогічних наук України. К. 2000. 39.

64. Потебня О. Мова. Національність. Денаціоналізація : статті і фрагменти / упоряд. Ю. Шевельов. Нью-Йорк : Українська вільна академія наук у США, 1992. 155.

65. Психологічні засади організаційного розвитку : монографія. За наук. ред. Л. М. Карамушки. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. 206 с.

66. Психологічні детермінанти розвитку організаційної культури : монографія [Карамушка Л. М., Креденцер О. В., Терещенко К. В. та ін.] К. : Педагогічна думка. 2015. 288. <https://lib.iitta.gov.ua/10087/>

67. Психолого-педагогічні засади проектування освітнього простору особистості : монографія [за заг. ред. Т. В. Ткач]. Мелітополь : Вид-во КПУ. 2012. 408.

68. Радул В. В. Особливості професійної соціалізації особистості. *Науковий вісник мду імені В.О. Сухомлинського*. Миколаїв. 2009. Вип. 33. 66-70.

69. Ринкевич Н. С. Трансформація організаційної культури підприємств в умовах модернізації: дис. ... канд. економ. наук : 08.00.04. Київ : Інститут економіки промисловості НАН України. 2020. 326 с.

70. Свенцицкий А. Л. Организационная психология: учеб. для вузов. Москва : Юрайт/2019. 504.

71. Синицька О. І. Корпоративна культура: типологізація, функції та критерії забезпечення у формуванні соціально-трудоких відносин на ринку праці України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Вип. 5. ч. 3. Херсон: 2014. 255 – 261.

72. Сняданко І. І. Психологічні засади підготовки студентів технічних університетів до професійно-управлінської діяльності : автореф. дис. ... доктора психол. наук : 19.00.10 – організаційна психологія; економічна психологія. Київ : Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2017. 43.

73. Сняданко І. І. Чинники організаційної культури студентської групи в контексті психологічної підготовки студентів до майбутньої професійно-управлінської діяльності. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Психологічні науки*. 2014. Вип. 121(2). 155-159. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuPH_2014_121\(2\)_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuPH_2014_121(2)_34)

74. Соціологія: словник термінів і понять [за заг. ред. Є.А. Біленького, М.А. Козловця]. Київ : Кондор. 2006. 372.

75. Співак Л. М. Психологія розвитку національної самосвідомості особистості в юності : монографія. Кам'янець-Подільський : ТОВ «Друкарня Рута». 2015. 300.

76. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови. К. : Критика. 2005. 464.

77. Ставицький Г. А. Теоретичний аналіз проблеми етнічної самосвідомості як провідної ознаки етносу. *Етнічна самосвідомість та міжетнічна взаємодія в сучасному світі* : зб. наук. праць [за ред. С. Б. Кузікової]. Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 77-82.

78. Ставицький Г. А. Особливості розвитку етнічної самосвідомості особистості юнацького віку. *Науковий часопис національного педагогічного*

університету імені МП Драгоманова. Серія 12: Психологічні науки. 2016. Вип. 4. 127-133

79. Станіславська М. В. Організаційна культура як чинник вибору особистістю майбутнього місця роботи : автореф. дис. ... канд. психол. наук ; спеціальність 19.00.10 – організаційна психологія; економічна психологія. Київ : Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України. 2016. 25.

80. Степин В. С. Философский анализ мировоззренческих универсалий культуры. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2011. № 1. 8–17. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/filosofskiy-analiz-mirovozzrencheskih-universaliy-kultury>

81. Сухорукова М. Ценности как ключевой элемент организационной культуры. *Управление персоналом*. 2000. № 11. 39-44. <https://quality.eup.ru/MATERIALY7/ckk.html>

82. Татенко В. О. Феномен соціалізації в контексті суб'єктно-вчинкового підходу. *Педагогіка і психологія. Вісник НАПН України*. 2015. Вип. 3(88). 44-52.

83. Теплова Л. Є. Теорія і методологія управління розвитком організаційної культури споживчої кооперації. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. 2005. 5. Режим доступу: <http://ebib.pp.ua/algorithm-issledovaniya-organizatsionnoy.html>

84. Терещенко К. В. Методи вивчення організаційної культури. Актуальні проблеми психології: зб. Наукових праць Інституту психології ім. Г. Костюка НАПН України. К., Алчевськ: ЛАДО. 2013. Т.1. Вип. 37. 28–31.

85. Терещенко К. В. Толерантність як чинник розвитку організаційної культури закладів освіти. *Актуальні проблеми психології. Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія*: зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. К.-Алчевськ : ЛАДО. 2013. Вип. 39. 16–18.

86. Тернопільська В. І. Довідник з виховної роботи зі студентами : навч. посібник. Тернопіль : Богдан. 2014. 184.

87. Тернопільська В. І. Культура особистості школяра: постановка проблеми. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2005. № 24. 130-133. URL : <http://eprints.zu.edu.ua/2629/>

88. Технології роботи організаційних психологів: Навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. та слухачів ін-тів післядиплом. освіти [За наук. ред. Л.М. Карамушки]. К.: ІНКОС. 2005. 366.

89. Технологія тренінгу [Упоряд.: О. Главник, Г. Бевз. За заг. ред. С. Д. Максименко]. К.: Плавник. 2005. 112.

90. Титаренко Т. М. Життєвий світ особистості: у межах і за межами буденності. Київ : Либідь. 2003. 376.

91. Третьяченко В. В. Колективні суб'єкти управління: формування, розвиток та психологічна підготовка. К. : Стилос. 1997. 585.

92. Федосова Г. Л. Підготовка менеджерів та персоналу організацій до роботи з інформаційними технологіями/ Психологічні основи ефективної діяльності організацій в умовах соціально-економічних змін: Тези IV наук. – прак. конф. з організаційної та економічної психології. К.: Наук. світ, 2006. 104– 105.

93. Філософський енциклопедичний словник. НАН України, Ін-т філософії імені Г. Сковороди. [Гол. редкол. В. І. Шинкарук]. Київ : Абрис, 2002. 742.

94. Фудерер Т. Проблема мовної стратифікації суспільства в сучасній соціолінгвістиці. *Українська мова*. 2015. № 1. 60-70. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukrm_2015_1_6

95. Хоменська І. Чому мова є носієм нематеріальної культурної спадщини? *Проект «Автентична Україна»*. URL: <https://authenticukraine.com.ua/blog/comu-mova-e-nosiem-nematerialnoi-kulturnoi-spadsini>

96. Ціннісні орієнтири навчально-виховного процесу у позашкільних навчальних закладів : метод. посіб. [А. Е. Бойко, А. В. Корнієнко,

О. В. Литовченко, О. І. Любич ; за ред. В. В. Мачуського ; Ін-т проблем виховання НАПН України]. К. : Артеміда принт. 2017. 272.

97. Юнг К. Г. Архетипи і колективне несвідоме [пер. з нім. К. Котюк ; наук. ред. О. Фешовець]. Львів : Астролябія, 2018. 608.

98. Adkins, B., & Caldwell, D. Firm or subgroup culture: Where does fitting in matter most? *Journal of Organizational Behavior*. 2004. 25(8). 969–978. <https://doi.org/10.1002/job.291>

99. Allen R. A tool for tapping the organizational unconscious. *Personnel Journal*/ 1980. 192 – 199.

100. Armstrong M. Strategic human resource management: a guide to action. 4th ed. London and Philadelphia : Kogan Page. 2008. 257. https://www.usb.ac.ir/FileStaff/5912_2018-10-6-18-43-1.pdf

101. Bellotto M. The psychosocial diagnosis of organizational culture. *Quaderni di Psicologia del Lavoro*. Vol. 5. Feelings work in Europe [Ed. by F. Avallone, J. Arnold, K. De Witte]. Milano : Guerini Studio. 1997. 60 – 66.

102. Benedict R. Patterns of Culture. London : Routledge & Kegan Paul Ltd. 1934. 223. https://www.berose.fr/IMG/pdf/1934-patterns_of_culture.pdf

103. Blake R. R. and Mouton J. S. The Managerial Grid: Key Orientations for Achieving Production Through People. Gulf Publishing Company, Houston. 1968.

104. Blau P.M. Formal organizations. San Francisco: Chandler.1962. 312p.

105. Bohm D.. On Dialogue. Ojai, CA: David Bohm Seminars. 1990.41.

106. Buerkel-Rothfuss Nancy. Communication Competencies and Contexts. Nancy Buerkel-Rothfuss. New York: Random House. 1985. 365.

107. Carmeli A. & Tishler A. Resources, capabilities, and the performance of industrial firms: A multivariate analysis. *Managerial and Decision Economics*, 2004. 25(6-7). 299-315. <https://doi.org/10.1002/mde.1192>

108. Cole M. Cultural psychology: A once and future discipline. Harvard University Press. 1996. 400.

109. Constantine L. L. Fitting intervention to organizational paradigm. *Organization Development Journal*. 1991. Vol. 9(2). 41 – 50.
110. Cooke R. A. Behavioral norms and expectations: A quantitative approach to the assessment of organizational culture. *Group and Organization Studies*. 1988. Vol. 13(3). 245 – 273.
111. Cooke R. A. *Organizational Culture Inventory (Form I)*. Plymouth : Human Synergistics. 1983. 522 – 542.
112. Culture: concept in social sciences. *Encyclopaedia Britannica*. 2021. URL : <https://www.britannica.com/topic/culture>
113. Deal T. E., Kennedy A. A. *Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life*. Addison-Wesley Publishing Company. 1982. 232.
114. Denison D. R.. *Corporate culture and organizational effectiveness*. New York, NY: Wiley.1990.
115. Denison D. R., Haaland S. and Goelzer P. Corporate Culture and Organizational Effectiveness: Is Asia Different from the Rest of the World? *Organizational Dynamics*. 33. 2004. 98-109. DOI: 10.1016/j.orgdyn.2003.11.008
116. DuBrin A. J. *The Complete Idiot's Guide to Leadership*. Alpha Books: New York. 1998. 267.
117. Dunn W. N. The policy gnd: A cogmtine methodology for assensing policy dynamics. *Policy analysis: Perspectives, concepts, and methods*. Greenwich: Connecticut. 1986. 204 – 223.
118. Earley P. C. East Meets West Meets Mideast: Further Explorations of Collectivistic and Individualistic Work Groups. *The Academy of Management Journal*. 1993.36 (2). 319-334. <https://doi.org/10.2307/256525>
119. Eldridge J. & Crombie A. *A sociology of organization*. London: Allen & Unwin. 1974. 218.
120. Etzioni A. *Modern organizations*. Englewood Cliffs New Jersey. 1964. 7-8

121. Flamholtz E. G. & Kannan-Narasimhan R. Differential Impact of Cultural Elements on Financial Performance. *European Management Journal*. 2005. 23(1), 50-64. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2004.12.009>
122. Flamholtz E. Conceptualizing and measuring the economic value of human capital of the third kind: Corporate culture, *Journal of Human Resource Costing & Accounting*. 2005. Vol. 9 No. 2. 78-93. <https://doi.org/10.1108/14013380510645360>
123. Furnham A. Gunter B. Corporate Assessment. Auditing a Company's Personality. London and New York: Routledge. 1993. 293.
124. Furnham A. The psychology of behaviour at work: The individual in the organization. Hove. England: Psychology Press. 1997. 201.
125. Gardner H. Frames of mind: The theory of multiple intelligences. New York: Basic Books. 1993. 304 p.
126. Gold K. A. Managing for Success: A comparison of the private and public sectors. *Public Administration Review*. 1982. 42(6). 568-575. doi.org/10.2307/976127
127. Goleman D. Emotional Intelligence. New York: Bantam Books. 1995. 352.
128. Hamburger H. Games as Models of Social Phenomena San Francisco: W.H. Freeman. 1979. 210.
129. Hatch M. J. The Dynamics of Organizational Culture. *Academy of Management Review*. 1993. 657 – 693.
130. Hofstede G. Culture's Consequences : Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organisations Across Nations. 2-nd ed. Thousand Oaks, CA : Sage, 2001. 596 p.
131. Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. 1980. Beverly Hills CA: Sage. 474.
132. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind. 1991. London UK: McGraw-Hill. 279.

133. Hofstede G. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. 2nd ed. 2001. Thousand Oaks CA : Sage. 616.
134. Hofstede G. Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture* 2011. 2(1). <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>
135. Hofstede G., Hofstede G. J. & Minkov M. *Cultures and Organizations: Software of the Mind* (Rev. 3 rd ed.). 2010. NY : McGraw-Hill. 576 .
136. Hartnell C. A., Ou A. Y. & Kinicki A. Organizational culture and organizational effectiveness: A meta-analytic investigation of the competing values framework's theoretical suppositions. *Journal of Applied Psychology*. 2011. 96(4), 677–694. <https://doi.org/10.1037/a0021987>
137. Harris M. *The Rise of Anthropological Theory*. New York : Crowell. 1968. 806 p.
138. Harris P. R. *Managing Cultural Differences: Leadership Strategies for a New World of Business*. Houston, TX: Gulf. 1996. 274 p.
139. House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W. & Gupta, V. *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*. Thousand Oaks: Sage Publications. 2004. 818.
140. Huff R. Organizational culture. *Encyclopaedia Britannica*. 2021. URL : <https://www.britannica.com/topic/organizational-culture>
141. Ihnatovych O. Psychological and technological aspects of development of special innovational culture of pedagogical workers. *Psychological journal*, 4(4). 2018. 68–85. <https://doi.org/10.31108/2018vol14iss4pp68-85>
142. Inkeles A. & Levinson D. J. National character: The study of modal personality and sociocultural systems. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *The Handbook of Social Psychology*. IV. New York: McGraw-Hill 1969. 418-506.
143. Jaques E. *The Changing Culture of a Factory*. New York : The Dryden Press. 1952. 341.

144. Jaques E. The changing culture of a factory. London: Tavistock Institute, 1951. 288.
145. Karamushka L., Tereshchenko K., Kredentser O., Lazos G. Karamushka T. Relationship between job-related tension, negative affect at work and organizational culture. *Social Welfare: Interdisciplinary Approach*, 2(9). 2019. 18-28. DOI: 10.21277/sw.v2i9.499
146. Keith K. D. Psychology and Culture. *Cross-Cultural Psychology: Contemporary Themes and Perspectives*. 2nd Edition. John Wiley & Sons Ltd. 2019. 3-22 <https://doi.org/10.1002/9781119519348.ch1>
147. Kilmann R. H. The Kilmann – Saxton culture-gap survey. Pittsburgh PA: Organizational Design Consultants 1983. 320.
148. Kilmann R., Saxton M. J. Issues in Understanding and Changing Culture. *California Management Review*. Winter. 1986. 89 – 104.
149. Kluckhohn F. R. & Strodtbeck F. L. Variations in value orientations. EvanstonIllinois: Row Peterson. 1961. 437.
150. Kroeber, A. L. (1917). The Superorganic. *American Anthropologist*, 19(2), 163–213. <https://doi.org/10.1525/aa.1917.19.2.02a00010>
151. Kroeber A. L. & Kluckhohn C. Culture: a Critical Review of Concepts and Difinitions. Papers. Peabody Museum of Archaeology & Ethnology, Harvard University. 47(1). VIII. 1952. 223.
152. Maslow A. Self-actualizing and Beyond. *Challenges of Humanistic Psychology*. N.Y. 1967. 138 – 147.
153. Mitichkina O. O. Czynniki społeczno-psychologiczne kultury organizacyjnej w zarządzaniu personelem organizacji. *Problemy zarządzania kapitałem ludzkim – wyzwania społeczności*. Warszawa: TECHTRADING, 2010. 128 – 141.
154. McCrae R. R., Costa P. T., Martin T. A., Oryol V. E., Rukavishnikov A. A. et al. Consensual validation of personality traits across cultures. *Journal of Research in Personality*. 38(2). 2004.179–201. DOI: 10.1016/S0092-6566(03)00056-4

155. Matsumoto D. Culture and Psychology. Cengage Learning; 7th edition. 2022. 512.
156. Misra G., & Gergen K. On the Place of Culture in Psychological Science. *International Journal of Psychology*, 28(2). 1993. 225-243. DOI: 10.1080/00207599308247186
157. O'Neil D. Human Culture: An Introduction to the Characteristics of Culture and the Methods used by Anthropologists to Study It. San Marcos, CL : Palomar College. 2012. URL: <https://www2.palomar.edu/anthro/culture/Default.htm>
158. Onken H. M. Temporal Elements of Organizational Culture and Impact of Firm Performance. *Journal of Managerial Psychology*. 1999. Vol. 13. № 3/4. 231 – 243.
159. O'Reilly C. A. People and organizational culture: A Q-sort approach to assessing person-organization fit. *Academy of Management Journal*, 1991. Vol. 34(3). 487 – 516.
160. Parsons T. & Shils E. A. Toward a general theory of action. Cambridge MA: Harvard University Press. 1951.
161. Parsons T. The Social System. 2nd ed. (first published in 1951). London: Routledge. 1991. 448. URL : <https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/10/The-Social-System-by-Talcott-Parsons.pdf>
162. Pohl S. Corporate culture and recruiting: the connection. *Quaderni di Psicologia del Lavoro*. Vol. 5. Feelings work in Europe. Ed. by F. Avallone, J. Arnold, K. De Witte. Milano: Guerini Studio. 1997. 67 – 75.
163. Pugh D. S. Modern organizational theory: A psychological and sociological study. *Psychological Bulletin*. 1966. N 66. P.235-251.
164. Schein E. H. Organizational culture. *American Psychologist*. 45(2). 1990. 109–119. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.45.2.109>
165. Schein E. H. Organizational culture and leadership. San Francisco: Jossey-Bass. 1985. 358 p.
166. Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna (ed.). *Advances in*

- experimental social psychology*. Vol. 25. NY : Academic Press. 1992. 1–65.
[https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
167. Schwartz S. H. Beyond individualism-collectivism: New cultural dimensions of values. In U. Kim, H. C. Triandis, C. Kagitçibasi, S. C. Choi & G. Yoon (Eds.). *Individualism and collectivism: Theory, method and applications*. Newbury Park CA: Sage. 1994. 85-119.
168. Shwayder D. S. *The Stratification of Behaviour: A System of Definitions Propounded and Defended*. London : Routledge & Kegan Paul. 1971. 411.
169. Shweder R. A. & Sullivan M. A. Cultural Psychology: Who Needs It? *Annual Review of Psychology*. 44. 1993. 497–523.
 doi: 10.1146/annurev.ps.44.020193.002433
170. Slaughter S., Leslie L. L. *Academic Capitalism: Politics, Policies, and the Entrepreneurial University*. Baltimore, MD : Johns Hopkins University Press, 1997. 397.
171. Smith P. B., Peterson M. F., Schwartz S. H. (2002). Cultural Values, Sources of Guidance, and their Relevance to Managerial Behavior: A 47-Nation Study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 33(2). 188-208.
<https://doi.org/10.1177/0022022102033002005>
172. Susanj Z. Innovative climate and culture in manufacturing organizations: differences between some European countries. *SOC SCI INF*. 2000. № 39(2). 349–360.
173. Triandis H. C. The many dimensions of culture. *Academy of Management Executive*. 18. 2004. 88-93.
174. Triandis H. S. *Individualism And Collectivism*. New Directions in Social Psychology. Boulder CO: Westview Press. 1995.259.
175. Tylor E. B. *Primitive Culture. Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press. 2010. 440.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511705960>

176. Van Dick R. Commitment und Identifikation mit Organisationen. Göttingen: Hogrefe Verlag. 2004. 83.

177. Watkins M. D. What Is Organizational Culture? And Why Should We Care? *Harvard Business Review*. 2013.URL: <https://hbr.org/2013/05/what-is-organizational-culture>

178. White L. A. The concept of culture. *American Anthropologist*. Wach, 1959. Vol. 61. 227-251.

179. Xenicou A. A correlational and factor analytic study of different measures of corporate culture. *Human Relations*, 1996. Vol. 49(3). 349–371.

ДОДАТКИ

Додаток А.1



Рис. 1. Рівні організаційної культури за Е. Шейном.

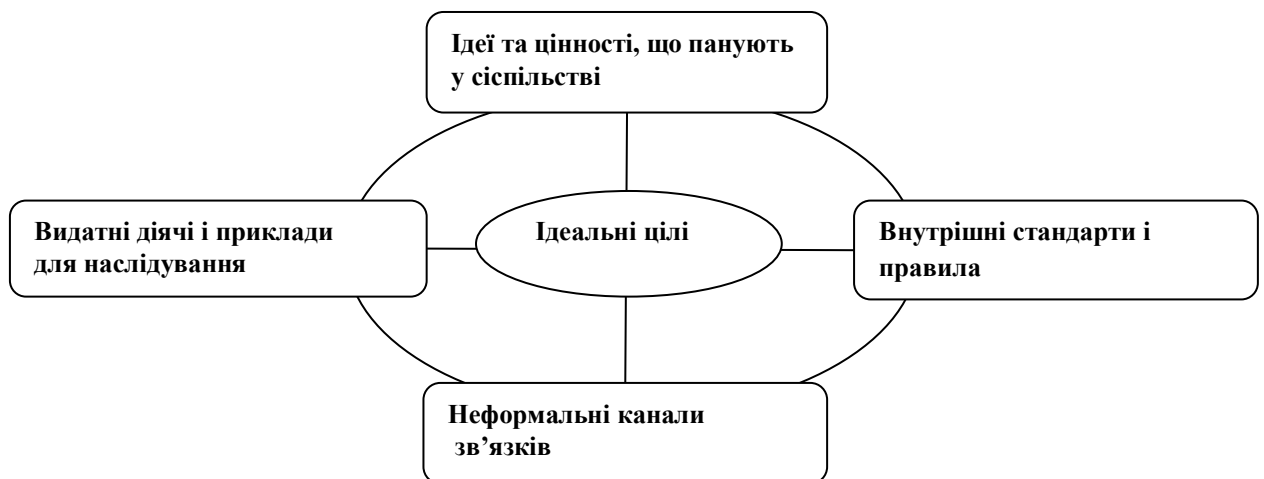


Рис. 2. Модель корпоративної культури за Б. Карлоф [35].

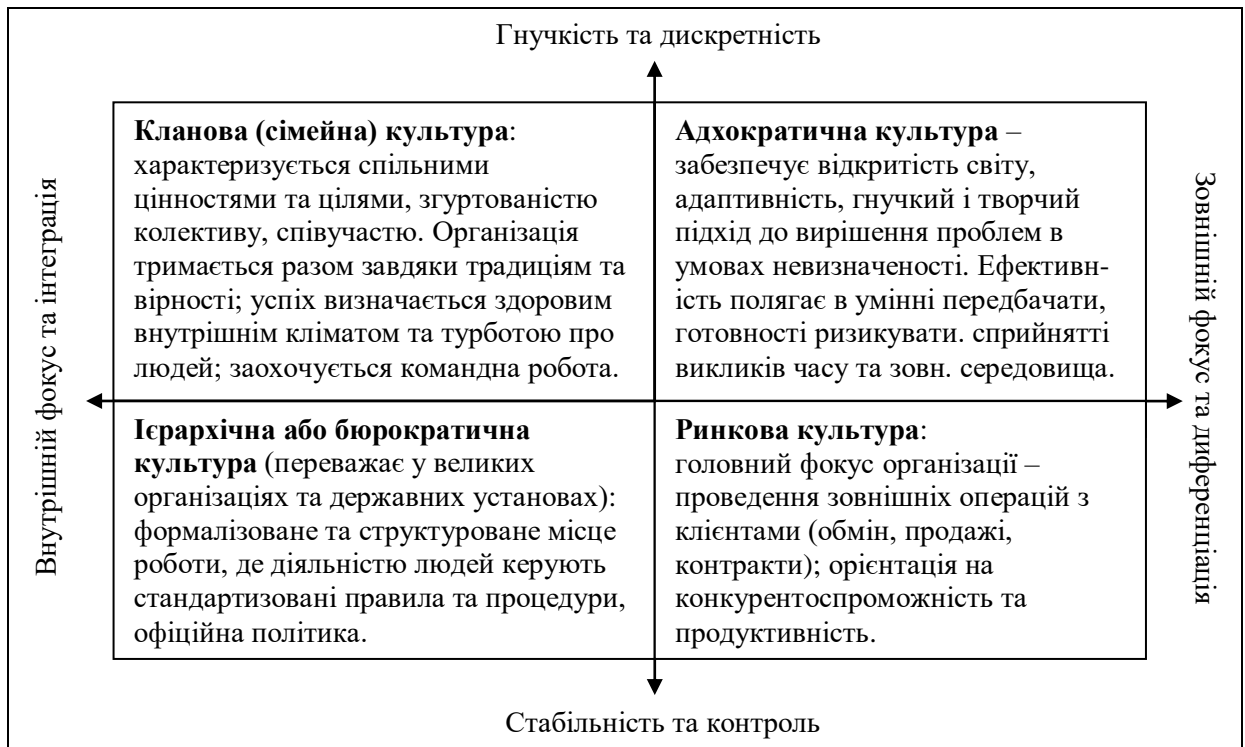


Рис. 3. Рамкова конструкція конкурентних цінностей та типи культури в організації (К. Камерон та Р. Куїнн).

Таблиця 1

Критерії сили-слабкості культури (Д. Арнольд, Л. Капелла)

<i>Сильні культури</i>	<i>Слабкі культури</i>
Спільність цінностей, які впливають на дії людей більше ніж мотиви, не пов'язані з культурою	Відсутність ясних уявлень про цінності та спільних переконань щодо того, як можна досягти успіху в певній галузі, ситуації або в конкретній справі.
Беззаперечність принципів та норм, покладених в основу культури. КК фактично встановлює організаційну парадигму, що наказує, як дивитися на речі, які методи вирішення проблем використовувати та які проблеми вважати важливими.	Загальна філософія не усвідомлюється. Не існує згоди щодо того, що є правильним, важливим та дієвим. Неготовність до конфліктів, нездатність обговорювати протилежні погляди.
Гордість за власну організацію і відчуття, що на основі стилю спілкування, що практикується, можна почуватися шановним, компетентним та незалежним.	Прихована боротьба сил. Окремі частини організації не здатні дійти згоди між собою. Демотивація співробітників. Нудьга, невдоволення, розчарування.
Бажання досягти поставленої мети, бути першими на ринку або найкращими у певній галузі; якщо це вже досягнуто, бажання розширити та утримати ці позиції.	Постановка лише короточасних цілей. Нерішучість, яка походить від керівників, що приймають суперечливі рішення, не мають чітких критеріїв заохочення або покарання співробітників.

Критерії сформованості корпоративної культури студентів ЗВО

За І. В. Шаповим (2017) [96]	За К. А. Бровко (2020) [3]
<i>Мотиваційно-ціннісний компонент:</i> інтерес до оволодіння та підтримання КК ЗВО, прийняття та пропаганда цінностей, що культивуються корпоративною культурою;	
<i>Когнітивний компонент:</i> знання специфіки корпоративної культури закладу вищої освіти та її призначення.	<i>Когнітивний компонент:</i> знання особливостей і складників КК, пов'язаних із процесами спільної діяльності суб'єктів освітнього процесу (засвоєння системи знань, символів, правил, вербальних і невербальних засобів взаємодії в різних ситуаціях); розуміння культурних норм й усвідомлення доцільності їх дотримання, розвинута рефлексія.
<i>Емоційно-вольовий компонент:</i> адекватна поведінка в колективі, бажання самостійно вирішувати складні завдання, почуття відповідальності за результати своєї роботи; готовність приймати самостійні рішення у різних професійних ситуаціях;	<i>Емоційно-ціннісний компонент:</i> уміння особистості розуміти та вербалізувати власні почуття; сформованість моральних, комунікативних почуттів; гуманістична установка на спілкування; розвинута емпатія; усвідомленні мотивів власних дій.
<i>Поведінковий компонент:</i> здатність адаптуватися до соціально-культурних умов нового колективу; освоєння та реалізація цінностей, норм, правил поведінки та міжособистісного спілкування, прийнятих у вузі; вміння працювати в команді;	<i>Діяльнісний компонент:</i> вміння студентів використовувати здобуті знання про КК для вирішення завдань освітньої діяльності; активність в організації; дотримання норм і правил міжособистісних взаємин, що склалися між суб'єктами освітнього процесу; наявність вмінь і навичок, командної взаємодії, заснованої на принципах корпоративної етики; уміння узгоджувати свої дії з діями оточуючих, вибирати оптимальний стиль спілкування в різних ситуаціях відповідно до вимог КК; уміння підтримувати імідж університету.
<i>Рефлексивний компонент:</i> прагнення до самоаналізу, самопізнання й самоконтролю; осмислення своїх дій у колективі; здатність давати собі оцінку очима оточуючих.	<i>Рефлексивний компонент</i> поєднує схильність студентів до аналізу власної діяльності та вчинків інших людей; з'ясування причини та наслідки своїх дій, що характеризується схильністю сприймати всі сторони свого «Я»; приймати себе в усій повноті поведінкових проявів.

Психодіагностичні методики виявлення та оцінки складових корпоративної культури майбутніх фахівців

Опитувальник «Оцінка рівня організаційної культури» (І.Д. Ладанов)

(Ладанов І.Д. Практичний менеджмент. Психотехніка управління та самотренування : навч.пос. М. : «Корпоративні стратегії». 2004. 496 с.)

Методика «Оцінка рівня організаційної культури» І. Д. Ладанова дає можливість проаналізувати такі показники організаційної культури, як: **основні компоненти організаційної культури: «робота», «комунікації», «управління», «мотивація і мораль»,** що досліджуються за такими рівнями: «прекрасний», «мажорний», «помітний смуток», «спадаючий» та **загальний показник розвитку організаційної культури,** в якому визначаються такі рівні: «дуже високий», «високий», «середній», «має тенденцію до деградації».

На основі компоненту організаційної культури «робота» аналізуються такі особливості діяльності організації, як: рівень надання новим працівникам можливості ознайомитися з новими вимогами роботи; надання можливості працювати в організації всім бажаючим; раціональність налагодження в підрозділах організації системи підвищення кваліфікації працівників, висунення на нові посади; рівень матеріально-технічного забезпечення робочих місць працівників організації; раціональність розподілу навантаження на працівників організації.

Компонент організаційної культури «комунікації» характеризує такі особливості діяльності організації: чіткість дотримання інструкції та правил поведінки всіма категоріями працівників; налагодженість системи комунікацій; використання різних форм і методів комунікацій (ділові контакти, збори, дискусії тощо); можливість отримувати нову внутрішньо-організаційну інформацію; рівень заохочення безпосереднього звернення працівників до керівництва організації.

Компонент організаційної культури «управління» дає можливість охарактеризувати чіткість організованості роботи працівників організації; ефективність і своєчасність прийняття рішень; надання можливості працівникам організації брати участь у прийнятті управлінських рішень; рівень професійної (продуманої) оцінки діяльності працівників організації; ефективність вирішення конфліктних ситуацій; практикування делегування повноважень на нижчі ешелони управління; націленість організації на нововведення.

На основі компоненту організаційної культури «мотивація і мораль» аналізуються такі характеристики, як: система заробітною плати працівників організації; заохочення творчості й ініціативності працівників організації;

підтримка й налагодження взаємин між працівниками організації; налагодженість взаємовідносин працівників та керівництва організації; заохочення проявів ініціативності працівників організації; вияв гордості працівниками за діяльність організації.

Нижче представлена серія тверджень, компонентів організаційної культури підприємства згрупованих у чотири секції: «робота», «комунікації», «управління», «мотивація і мораль».

При оцінці використовується десятибальна шкала. Якщо твердження повністю збігається з вашою думкою, то поставте 10 балів, якщо не співпадає з Вашими установками – 0 балів і так далі.

№ з/п	Твердження	К-ть балів
1.	В нашому закладі новим працівникам надається можливість ознайомитися з новими вимогами щодо роботи.	
2.	Персонал організації працює за чіткими інструкціями та правилами поведінки.	
3.	Наша діяльність чітко організована.	
4.	Система заробітною плати в організації не викликає нарікань працівників.	
5.	В організації можуть працювати всі бажаючі.	
6.	В нашій організації налагоджена система комунікацій.	
7.	В організації приймаються своєчасні і ефективні управлінські рішення.	
8.	Творчість та ініціатива у нас заохочуються.	
9.	У підрозділах організації налагоджено раціональну систему підвищення кваліфікації працівників, висунення на нові посади.	
10.	В організації культивуються різні форми і методи комунікацій (ділові контакти, збори, дискусії тощо).	
11.	Працівникам надається можливість брати участь у прийнятті управлінських рішень.	
12.	Працівники організації підтримують хороші взаємини один з одним.	
13.	Робочі місця у працівників добре облаштовані.	
14.	Працівники організації мають можливість постійно отримувати нову внутрішньоорганізаційну інформацію.	
15.	Здійснюється професійне (продумане) оцінювання діяльності працівників.	
16.	Взаємини працівників з керівництвом гідні високої оцінки.	
17.	Все, що потрібне для роботи, у нас завжди під рукою.	
18.	В організації підтримується двостороння комунікація.	
19.	Дисциплінарні заходи в організації застосовуються як виключення.	
20.	Виявляється увага до індивідуальних відмінностей та потреб працівників.	
21.	Робота яку ми виконуємо дуже цікава.	
22.	В організації заохочується безпосереднє звернення працівників до керівництва.	

23.	Конфліктні ситуації вирішуються з урахуванням реальної ситуації.	
24.	Заохочуються прояви ініціативності працівників.	
25.	Трудове навантаження в організації оптимальне.	
26.	В організації практикується делегування повноважень на нижчі ешелони управління.	
27.	Панує кооперація і взаємоповага між працівниками.	
28.	Організація постійно націлена на нововведення.	
29.	Працівники гордяться своєю організацією.	

Обробка та інтерпретація результатів:

Підрахуйте середній бал за секціями:

Робота	1, 5, 9, 13, 17, 21, 25
Комунікації	2, 6, 10, 14, 18, 22
Управління	3, 7, 11, 15, 19, 23, 26, 28
Мотивація і мораль	4, 8, 12, 16, 20, 24, 27, 29

Індекс організаційної культури визначається за загальною сумою отриманих балів. Найбільша кількість балів – 290, найменша – 0. Показники свідчать про наступні рівні організаційної культури:

290-261	дуже високий
260-175	високий
174-115	середній
нижче 115	має тенденцію до деградації

Вузькі місця організаційної культури визначаються за середніми величинами секцій. Показники в балах по секціях свідчать про наступні рівні організаційної культури:

10-9	«прекрасний»
8-6	«мажорний»
5-4	«помітний смуток»
3-1	«спадаючий»

Методика «Інструмент оцінки організаційної культури» К. Камерона, Р. Куїнна

(Камерон К., Куїнн Р. *Діагностика та зміни організаційної культури*. СПб : Пітер. 2001. 320.)

Оцінка організаційної культури за методикою «Інструмент оцінки організаційної культури» К. Камерона, Р. Куїнна передбачає виявлення «існуючого» (реального) та «бажаного» (ідеального) типів організаційної культури загальноосвітніх навчальних закладів.

К.Камерон, Р.Куїнн пропонують оцінювати культуру організації за двома вимірами. Перший із них характеризує ступінь гнучкості та характеризується шкалою від організаційної багатогранності і пластичності, з одного боку, та до організаційної незрушуваності й довговічності, з іншого.

Другий вимір відрізняє критерії, що підкреслюють внутрішню орієнтацію, інтеграцію та єдність, від критеріїв, що асоціюються із зовнішньою орієнтацією, диференціацією та змагальністю.

Два виміри формують чотири квадранти, кожний з яких являє собою чіткий набір індикаторів організаційної ефективності. Кожному з квадрантів автори дають визначення на основі його найбільш виразних характеристик: «клан», «адхократія», «ринок» та «ієрархія».

«Кланова» культура характеризується внутрішньою орієнтацією та гнучкістю у вирішенні проблем. Позитивні характеристики «кланової» культури: дружній, сприятливий соціально-психологічний клімат, згуртованість колективу, турбота керівництва про трудовий колектив, відданість традиціям і виконання зобов'язань.

«Адхократична» культура відрізняється від «кланової» зовнішнім спрямуванням. Для культури такого типу властивим є дух новаторства і творчості у вирішенні проблем, здатність піти на ризик, високо цінується ініціативність та особиста свобода.

«Ринкова» культура, як і «адхократична», є зорієнтованою на зовнішнє середовище, але в такій культурі цінується стабільність і контроль. Такі організації спрямовані у своїй діяльності на результат, досягнення поставлених завдань, а від персоналу вимагається вміння конкурувати, керівництво демонструє жорсткість і вимогливість.

«Ієрархічна» культура поєднує внутрішнє спрямування зі стабільністю та контролем як способами вирішення проблем. Тому для «ієрархічної» культури є характерними формалізація процесів, плановість, стабільність, гарантії.

<p>Кланова культура</p> <p>Основні характеристики: дружній сприятливий психологічний клімат. Працівники довіряють один одному і мають багато спільного.</p> <p>Стиль лідерства: лідери мислять як ви- хователі.</p> <p>Пов'язуюча сутність організації: традиції, обов'язковість та відданість працівників.</p> <p>Критерії успіху: згуртованість колек- тиву.</p> <p>Приоритети в організації: розвиток організації на основі професійного розвитку та удосконалення працівників. Значна увага приділяється згуртованості колективу та моральному клімату.</p> <p>Управління персоналом: заохочується командна робота.</p>	<p>Адхократична культура</p> <p>Основні характеристики: в колективі переважає динаміка і творчість. Працівники готові ризикувати.</p> <p>Стиль лідерства: лідери вражаються новаторами і людьми готовими ризику- вати.</p> <p>Пов'язуюча сутність організації: від- даність інноваційній діяльності та но- ваторству.</p> <p>Критерії успіху: результативність діяль- ності і надання якісних освітніх послуг.</p> <p>Приоритети в організації: діяльність в інноваційному режимі. Перспектива розвитку організації – удосконалення ресурсів діяльності.</p> <p>Управління персоналом: заохочується ініціативність працівників.</p>
<p>Ієрархічна культура</p> <p>Основні характеристики: діяльність працівників чітко регламентована.</p> <p>Стиль лідерства: лідери гордяться тим, що вони раціонально мислячі координа- тори і організатори.</p> <p>Пов'язуюча сутність організації: формальні правила та офіційна політика.</p> <p>Критерії успіху: плановість, стабільність, гарантії.</p> <p>Приоритети в організації: підтримка поступового розвитку організації.</p> <p>Управління персоналом: перевага – гарантія зайнятості та забезпечення довгострокової передбачуваності.</p>	<p>Ринкова культура</p> <p>Основні характеристики: в колективі переважає цілеспрямованість, орієнтація на результат.</p> <p>Стиль лідерства: лідери – вимогливі керівники і суворі конкуренти.</p> <p>Пов'язуюча сутність організації: працівників організації об'єднує спільне бажання перемагати.</p> <p>Критерії успіху: конкурентоздатність, лідерство.</p> <p>Пріоритети в організації: конкурентні дії, досягнення визначених завдань та досягнення поставлених цілей.</p> <p>Управління персоналом: заохочення внутрішньої конкуренції.</p>

На основі методики можна визначити яким чином працює організація і якими цінностями вона характеризується. На запропоновані питання не існує правильних або неправильних відповідей, так як і немає правильної або неправильної культури. Тому, щоб оцінка організаційної культури була максимально точною, потрібно відповідати на запитання уважно і по можливості об'єктивно.

Пропонується два опитувальника. Перший опитувальник дає можливість оцінити організаційну культуру на даний момент (реальна культура), другий – організаційна культура в майбутньому (бажана

культура). Це означає, що ви займаєтеся рейтинговою оцінкою того, чим, за вашим розумінням, та ж організація повинна стати за п'ять років, щоб виявитися на вершині успіху. Дана методика має високий ступінь формалізації (використовується стандартний опитувальник і алгоритм його обробки), передбачає анкетування значної кількості персоналу, а тому результати оцінки в значній мірі позбавлені суб'єктивізму.

Кожне із шести запитань, включених в опитувальних, передбачає чотири альтернативи відповідей. Потрібно розподілити 100 балів між цими чотирма альтернативами в тому співвідношенні, яке найбільшою мірою відповідає організації. Найбільшу кількість балів потрібно поставити тій відповіді, яка більшою мірою характеризує організацію. Наприклад, якщо при відповіді на перше питання ви вважаєте, що твердження А дуже нагадує вашу організацію, альтернативи В і С в чомусь для неї однаково характерні, тоді як альтернатива D навряд чи взагалі властива вашій організації, то дайте 55 балів твердженню А, по 20 балів твердженням В і С, і лише 5 балів твердженню D. Обов'язково переконайтеся в тому, що при відповіді на кожне питання сума проставлених вами балів дорівнює 100.

ОПИТУВАЛЬНИК 1. <i>(оцінка РЕАЛЬНОЇ організаційної культури організації)</i>		
1. Важливі характеристики		
A	Організація унікальна за своїми особливостями. Вона схожа на велику сім'ю	
B	Організація дуже динамічна. Працівники готові жертвувати своїм позаробочим часом заради успіху організації	
C	Організація зорієнтована на результат. Головне завдання – отримати результативність. Працівникам колективу властиве суперництво	
D	Організація чітко структурована і діяльність працівників строго контролюється	
Всього:		
2. Загальний стиль лідерства в організації		
A	Загальний стиль лідерства працівників в організації – допомога і навчання колег	
B	Загальний стиль лідерства працівників в організації є прикладом новаторства	
C	Загальний стиль лідерства працівників в організації є прикладом агресивності, орієнтації на результат	
D	Загальний стиль лідерства працівників в організації є прикладом координації, чіткої організації праці	

Всього:		
3. Управління працівниками		
A	Стиль менеджменту в організації характеризується командною роботою, спільною участю працівників організації у прийнятті управлінських рішень	
B	Стиль менеджменту в організації характеризується схваленням новаторства, вільного висловлювання своїх думок працівниками організації	
C	Стиль менеджменту в організації характеризується високим рівнем вимогливості, прагненням до конкурентоспроможності	
D	Стиль менеджменту в організації характеризується гарантією зайнятості працівників, вимаганням від працівників постійного підкорення	
Всього:		
4. Об'єднуюча сутність працівників організації		
A	Працівників організації об'єднує спільна відданість роботі і взаємна довіра	
B	Працівників організації об'єднує прагнення до новаторства і вдосконалення. Акцентується увага бути першими серед перших	
C	Працівників організації об'єднує досягнення спільної мети та результатів діяльності	
D	Працівників організації об'єднують формальні правила та офіційна політика	
Всього:		
5. Стратегічні цілі		
A	Працівники організації зосереджують свою увагу на розвитку організації. Підтримують довіру, відкритість і співпрацюють з колегами	
B	Працівники організації зосереджують увагу на отриманні нових ресурсів і вирішенні нових проблем. В колективі цінується висловлення та реалізація нових ідей	
C	Працівники організації зосереджують увагу на конкурентних діях і досягненнях. Домінує цільове направлення зусиль і прагнення до лідерства серед інших	
D	Працівники організації зосереджують увагу на незмінності і стабільності. Важливіше за все – рентабельність, контроль і стабільність розвитку організації	

Всього:		
6. Критерії успіху		
A	Організація визначає успіх на основі розвитку людських ресурсів, командної роботи	
B	Організація визначає успіх на основі впровадження інновацій в діяльність установи.	
C	Організація визначає успіх на основі перемоги і випереджального розвитку серед конкурентів. Ключ успіху – конкурентне лідерство	
D	Організація визначає успіх на основі рентабельності. Успіх визначає попит на послуги які надає організація	
Всього:		

Обробка результатів за опитувальником 1

Бали за відповіді опитувальника 1							
(оцінка організаційної культури на даний момент)							
№ за- питання	К-сть балів	№ за- питання	К-сть балів	№ за- питання	К-сть балів	№ за- питання	К-сть балів
1A		1B		1C		1D	
2A		2B		2C		2 D	
3A		3B		3C		3 D	
4A		4B		4C		4 D	
5A		5B		5C		5 D	
6A		6B		6C		6 D	
Сума (всього відпові- дей А)		Сума (всього відповідей В)		Сума (всього відповідей С)		Сума (всього відповідей D)	
Середня оцінка(су- ма,поділе- нанаб)		Середня оцінка (су- ма, поділе- на на б)		Середня оцінка (су- ма, поділе- на на б)		Середня оцінка(су- ма,поділе- нанаб)	

ОПИТУВАЛЬНИК 2. (оцінка БАЖАНОЇ організаційної культури)		
1. Важливі характеристики		
A	Організація унікальна за своїми особливостями. Вона схожа на велику сім'ю	
B	Організація дуже динамічна. Працівники готові жертвувати своїм позаробочим часом заради успіху організації	
C	Організація зорієнтована на результат. Головне завдання – отримати результативність. Працівникам колективу властиве суперництво	
D	Організація чітко структурована і діяльність працівників строго контролюється	
Всього:		
2. Загальний стиль лідерства в організації		
A	Загальний стиль лідерства працівників в організації – допомога і навчання колег	
B	Загальний стиль лідерства працівників в організації є прикладом новаторства	
C	Загальний стиль лідерства працівників в організації є прикладом агресивності, орієнтації на результат	
D	Загальний стиль лідерства працівників в організації є прикладом координації, чіткої організації праці	
Всього:		
3. Управління працівниками		
A	Стиль менеджменту в організації характеризується командною роботою, спільною участю працівників організації у прийнятті управлінських рішень	
B	Стиль менеджменту в організації характеризується схваленням новаторства, вільного висловлювання своїх думок працівниками організації	
C	Стиль менеджменту в організації характеризується високим рівнем вимогливості, прагненням до конкурентоспроможності	

D	Стиль менеджменту в організації характеризується гарантією зайнятості працівників, вимаганням від працівників постійного підкорення	
Всього:		
4. Об'єднуюча сутність працівників організації		
A	Працівників організації об'єднує спільна відданість роботі і взаємна довіра	
B	Працівників організації об'єднує прагнення до новаторства і вдосконалення. Акцентується увага бути першими серед перших	
C	Працівників організації об'єднує досягнення спільної мети та результатів діяльності	
D	Працівників організації об'єднують формальні правила та офіційна політика	
Всього:		
5. Стратегічні цілі		
A	Працівники організації зосереджують свою увагу на розвитку організації. Підтримують довіру, відкритість і співпрацюють з колегами	
B	Працівники організації зосереджують увагу на отриманні нових ресурсів і вирішенні нових проблем. В колективі цінується висловлення та реалізація нових ідей	
C	Працівники організації зосереджують увагу на конкурентних діях і досягненнях. Домінує цільове направлення зусиль і прагнення до лідерства серед інших	
D	Працівники організації зосереджують увагу на незмінності і стабільності. Важливіше за все – рентабельність, контроль і стабільність розвитку організації	
Всього:		
6. Критерії успіху		
A	Організація визначає успіх на основі розвитку людських ресурсів, командної роботи	
B	Організація визначає успіх на основі впровадження інновацій в діяльність установи.	
C	Організація визначає успіх на основі перемоги і випереджального розвитку серед конкурентів. Ключ успіху – конкурентне	

	лідерство	
D	Організація визначає успіх на основі рентабельності. Успіх визначає попит на послуги які надає організація	
Всього:		

Обробка результатів за опитувальником 2.

Бали за відповіді опитувальника 2 (оцінка організаційної культури в майбутньому)							
№ за-питання	К-сть балів	№ за-питання	К-сть балів	№ за-питання	К-сть балів	№ за-питання	К-сть балів
1A		1B		1C		1D	
2A		2B		2C		2 D	
3A		3B		3C		3 D	
4A		4B		4C		4 D	
5A		5B		5C		5 D	
6A		6B		6C		6 D	
Сума (всього відповідей А)		Сума (всього відповідей В)		Сума (всього відповідей С)		Сума (всього відповідей D)	
Середня оцінка(сума,поділена на б)		Середня оцінка (сума, поділена на б)		Середня оцінка (сума, поділена на б)		Середня оцінка(сума,поділена на б)	

Тест «Пульсар»

(Методика оцінка соціально-психологічного рівня розвитку групи, автор Л.Г. Почебут, 2000 р.)

Інструкція. Просимо вас оцінити соціально-психологічний стан колективу, в якому ви працюєте (служите). В опитувальнику представлені назва стану і його змістовна характеристика. В бланку для відповідей поставте той бал (від 12 до 1), який, на Вашу думку, відповідає розвитку даного стану в вашому колективі.

Бали	Змістовна характеристика стану
1. Підготовленість до діяльності	
12 11 10	Усі члени нашого колективу мають глибокі професійні знання, здатні з успіхом застосовувати їх на практиці, зацікавлені у підвищенні своєї кваліфікації. Кожний член колективу має професійний авторитет. Колектив добивається високих показників у праці (службі).
9 7 8	Більшість членів колективу мають хорошу професійну підготовку, прагнуть підвищити свою кваліфікацію, стараються застосувати свої знання на практиці.
6 5 4	У нашому колективі є й недостатньо кваліфіковані працівники, які своєю зарозумілістю завдають шкоду професійному авторитету колективу.
3 2 1	Члени колективу мають низьку професійну підготовку. В більшості питань – це дилетанти, що не вміють грамотно вирішувати виробничі (службові) проблеми та кваліфіковано виконувати свої обов'язки. Колектив часто зриває виконання завдань.
2. Спрямованість	
12 11 10	Наш колектив має спільну, чітку для всіх мету, яка усвідомлюється і розуміється кожним як його власна. Колектив спирається на давні традиції, виробляє норми поведінки, що ґрунтуються на взаємній повазі, спільні цінності. У нашому колективі високо інуються принциповість, чесність, безкорисливість.
Бали	Змістовна характеристика стану
9 8 7	Перед нашим колективом стоїть спільне завдання. Кожний член колективу старається задовольнити свої інтереси в рамках вирішення спільної групової задачі. В колективі вироблені взаємоприйнятні норми поведінки.
6 5 4	У кожного члена нашого колективу є свої індивідуальні цілі та цінності, які зовсім не залежать від офіційної мети колективу. Кожний у своїй поведінці керується власними нормами і правилами, не намагаючись узгодити їх з іншими членами колективу.
3	Наш колектив існує тільки як офіційна організація, цілі якої не приймаються, часто входять у суперечність з цілями

2 1	окремих членів колективу. Кожний будує власну поведінку, спираючись на егоїстичні цілі. У стосунках спостерігається конфліктність, агресивність
3. Організованість	
12 11 10	Наш колектив здатний самостійно організувати свою роботу і дозвілля. Відносини будуються на принципах співробітництва, взаємної допомоги та доброзичливості. Ми завжди спільно і дружно вирішуємо, як нам ефективніше організувати свою працю (службу). В колективі є авторитетні спеціалісти, здатні взяти на себе функції організаторів роботи (виконання завдань).
9 8 7	Наш колектив часто намагається самостійно організувати свою роботу, але це виходить не завжди ефективно. Наш організатор (лідер, командир, начальник) нечітко уявляє собі план роботи і можливості кожного.
6 5 4	При спробах колективу організувати спільну роботу виникає багато суперечок, метушні, втрат дорогоцінного часу. У колективі немає людини, яка могла би взяти на себе функцію організатора. В результаті доводиться втручатися вищому начальнику.
3 2 1	Члени колективу не можуть домовитися про те, як спільно організувати роботу. Часто заважають один одному чи роблять непотрібну роботу, дублюючи один одного. В колективі переважає суперництво, агресія, придушення особистості. У нас немає людини, яка була б здатна взяти на себе організаторські функції. Навіть вищий начальник не в змозі справитися з колективом.
Бали	Змістовна характеристика стану
4. Активність	
12 11 10	Всі члени нашого колективу – люди енергійні, кровно зацікавлені в ефективній роботі. Вони швидко відгукуються, якщо треба зробити щось корисне для всіх, беруть активну участь у вирішенні спільних завдань колективу, співпрацюють і допомагають один одному.
9 8 7	Більшість членів нашого колективу – люди енергійні, зацікавлені в ефективній роботі. Багато членів колективу беруть участь у спільній роботі, допомагаючи один одному.
6	Більшість членів колективу пасивні, мало беруть участь у

5 4	спільній роботі, не допомагають один одному, стараються вирішувати свої проблеми індивідуально.
3 2 1	Колектив неможливо підняти на спільну справу, кожний думає тільки про свої інтереси. Практично всі члени колективу проявляють пасивність, інертність при вирішенні спільних завдань. Вони розбираються зі своїми проблемами окремо, незалежно один від одного. В колективі переважають суперництво, конкуренція.
5. Згуртованість	
12 11 10	В нашому колективі панує справедливе ставлення до всіх його членів, тут завжди підтримують недосвідчених, захищають їх. Колектив співчутливо і доброзичливо ставиться до новачків, допомагає їм адаптуватися в нових умовах. Всі члени колективу тісно спрацювались один з одним, активно обмінюються знаннями і всім необхідним для роботи. При виникненні труднощів всі згуртовуються, об'єднуються, живуть за принципом: "Один – за всіх, всі – за одного". В колективі велике бажання працювати разом.
9 8 7	Більшість членів колективу стараються справедливо ставитися один до одного, допомогти недосвідченим, підтримати їх, зорієнтуватися в нових умовах. В складних випадках колектив тимчасово об'єднується, відчувається емоційна підтримка один одного.

6 5 4	Члени колективу проявляють один до одного байдужість. Труднощі, з якими зіштовхуються новачки, не хвилюють їх. Кожний полишений сам на себе і вирішує свої проблеми самотійно. В кризових ситуаціях наш колектив "розкисає", виникає розгубленість, відчуженість.
Бали	Змістовна характеристика стану
3 2 1	Наш колектив помітно розділяється на "привілейованих" і "нехтуваних". Тут презирливо ставляться до слабких, недосвідчених, нерідко висміюють їх. Новачки відчувають себе зайвими, чужими, до них можуть проявити ворожість. У

	складних випадках в колективі виникають суперечки, конфлікти, взаємні звинувачення, підозри, наклепи.
6. Інтегративність	
12 11 10	За необхідності виробити важливе рішення, що визначає подальшу діяльність колективу, всі члени активно беруть участь у процесі вироблення і прийняття такого рішення. Уважно вислуховується думка кожного і враховуються його інтереси. В результаті виробляється узгоджене рішення.
9 8 7	За необхідності виробити важливе рішення всі члени колективу стараються брати активну участь в процесі його вироблення і прийняття. Враховується думка більшості членів колективу. Рішення приймається шляхом загального відкритого голосування.
6 5 4	За необхідності виробити важливе рішення тільки вузьке коло активістів бере участь у процесі його прийняття. Враховуються думки та інтереси кількох осіб, а не всіх членів колективу. Рішення приймається без гласного обговорення, на закритій нараді.
3 2 1	В колективі кожний вважає свою точку зору головною і нетерпимий до думок інших. В результаті спільне рішення прийняти неможливо.

7. Референтність	
12 11 10	Усі члени нашого колективу доброзичливо настроєні один до одного. У колективі розвинуті взаємодопомога, взаємна довіра і взаєморозуміння. Всі його члени – близькі друзі, що глибоко симпатизують один одному. Досягнення і невдачі всього колективу переживаються кожним як свої власні. Успіхи чи невдачі окремих членів колективу викликають щире співчуття решти. Критика висловлюється з добрими

	намірами. В колективі переважає бадьорий, життєрадісний тон взаємовідносин, оптимізм в настрої. Кожний відчуває почуття гордості за наш колектив.
Бали	Змістовна характеристика стану
9 8 7	В нашому колективі є різні люди – хороші і погані, дуже симпатичні і малопривабливі. Досягнення й невдачі всього колективу щиро переживаються всіма. В колективі у всіх хороший, рівний настрій.
6 5 4	Більшість членів нашого колективу – люди малопривабливі, несимпатичні, які тільки в силу службової необхідності працюють разом. В колективі ставляться один до одного критично, бувають дріб'язкові прискіпування. Стосунки між людьми прохолодні, настрої найчастіше пригнічений.
3 2 1	Члени нашого колективу – люди неприємні, вороже налаштовані один до одного. В колективі переважає настрої пригніченості та песимізму. Критичні зауваження мають характер явних чи прихованих випадів. Успіхи окремих членів колективу викликають заздрість, невдачі – злорадство. Люди незатишно почувають себе в колективі.

Бланк відповідей

Стан	Бали											
Підготовленість до діяльності	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
Спрямованість	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
Організованість	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
Активність	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
Згуртованість	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
Інтегративність	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
Референтність	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

Обробка та інтерпретація отриманої інформації.

Відповіді всіх членів групи по кожному груповому стану підсумовуються, і підраховується середня оцінка рівня розвитку групи. В залежності від отриманої середньої оцінки можна дати змістовний опис групи, що вивчається, визначити рівень її розвитку та зрілості.

Група характеризується як:

зріла, усталена, згуртована, працездатна і надійна, якщо її середня оцінка становить від 10 до 12 балів;

Цікавість										Нудьга
Успішність										Безуспішність

Експрес-діагностика соціальних цінностей особистості

Призначення. Методика сприяє виявленню особистих, професійних і соціально-психологічних орієнтації і переваг і може бути корисна як при виборі характеру роботи, так і при оцінці працівника в процесі найму та атестації кадрів.

Інструкція. Нижче пропонується 16 тверджень. Оцініть для себе значущість кожного з них в балах за схемою: 1 (неважливо), 2, 3, 4 ... 5 (дуже важливо).

Опитувальник

1. Захоплююча робота, яка приносить вам задоволення.
2. Високооплачувана робота.
3. Вдале одруження або заміжжя.
4. Знайомство з новими людьми, соціальні заходи.
5. Залучення в громадську діяльність.
6. Ваша релігія.
7. Спортивні вправи.
8. Інтелектуальний розвиток.
9. Кар'єра.
10. Красиві машини, одяг, будинок і т. д.
11. Проведення часу в колі сім'ї.
12. Кілька близьких друзів.
13. Робота на добровільних засадах в некомерційних організаціях.
14. Медитація, роздуми, молитви і т. д.
15. Здорова збалансована дієта.
16. Читання освітньої літератури, перегляд освітніх передач, самовдосконалення і т. п.

Обробка й інтерпретація результатів

Розподіліть бали згідно з таблицями (цифри в розділах - номери відповідних тверджень).

Професійні	Матеріальні	Родинні	Соціальні	Громадські	Духовні	Фізичні	Інтелектуальні
1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16
Разом балів	Разом балів	Разом балів	Разом балів	Разом балів	Разом балів	Разом балів	Разом балів

Чим вище підсумкове кількість балів у кожному розділі, тим більшу цінність представляє для вас даний напрямок. При цьому чим ближче один до одного значення в усіх восьми розділах, тим більше різнобічною людиною ви є.

Оцінка мотивації корпоративної поведінки

Призначення. Методика ґрунтується на мотиваційній теорії Херцберга для визначення того, які чинники (гігієнічні чи мотиваційні) актуалізовані у досліджуваних.

Інструкції. Кожному учаснику тестування необхідно оцінити за п'ятибальною шкалою ступінь важливості для нього кожної з 12 наведених нижче позицій, що є важливими стосовно його ставлення до роботи: «дуже важливо» (5); «важливо, але не дуже» (4-2); «неважливо» (1), середньою позицією –

Опитувальник

Як ви оцінюєте вплив кожного з таких чинників на ваше ставлення до роботи?

1. Цікавий зміст роботи.
2. Гарний начальник.
3. Визнання виконаної вами роботи, повага до вас.
4. Можливість просування по службі.
5. Задоволеність особистим життям.
6. Престижна робота.
7. Відповідальна робота.
8. Гарні умови для роботи.
9. Розумні правила та процедури, що існують у даній компанії.
10. Можливість самовдосконалення.
11. Робота, яку ви можете добре робити і процвітати в цьому.
12. Почуття безпеки, пов'язане із роботою.

Обробка та інтерпретація результатів

Для визначення провідного мотиваційного чинники використовується наступний ключ:

Гігієнічні чинники		Мотиваційні чинники	
Номер	Бал	Номер	Бал
2		1	
4		3	
6		5	
8		7	
10		9	
12		11	
Разом:		Разом:	

Оцінка домінуючого мотиву проводиться з урахуванням кількісного домінування однієї з досліджуваних мотивів.

Рівень того чи іншого особистісно значущого мотиву визначається за такими кількісними значеннями:

20-30 балів – високий; 10-19 балів – середній; 1-9 - низький.

У разі незначних міжфакторних відмінностей можна судити або про несуттєву значущість обох факторів, або про їхню збалансованість.

Методика дослідження вольової саморегуляції (А. Звєрьков, Є. Ейдман)

Мета: дослідження вольової саморегуляції особистості.

Вік досліджуваного: з 14 років.

Матеріали та обладнання: тест-опитувальник, бланк для відповідей, ручка.

Джерело: М. В. Лемак, В. Ю. Петрище *Методичне видання Психологу для роботи. Діагностичні методики./ Ужгород Видовництво Олександри Гаркуші. - 2011*

Процедура дослідження

Дослідження вольової саморегуляції за допомогою тесту-опитувальника може проводитися з однією особою або з цілою групою. Щоб забезпечити самостійність відповідей досліджуваних, кожному видається тест-опитувальник, бланк для відповідей (з номерами запитань і графами для відповідей).

Інструкція досліджуваному. Вам пропонується тест, який включає 30 тверджень. Уважно прочитайте кожне з них та вирішіть, наскільки воно характеризує вас. Якщо правильно характеризує, то на аркуші для відповідей навпроти номера даного твердження поставте знак «+» якщо вважаєте, що неправильно, знак «-»

Тестовий матеріал

1. Якщо в мене щось не виходить, то нерідко виникає бажання покинути цю справу.
2. Я не відмовляюся від своїх задумів і справ, навіть якщо доводиться вибирати між ними та приємною компанією.
3. За необхідності мені неважко стримати спалах гніву.
4. Звичайно я зберігаю спокій, чекаючи товариша, який спізнюється на призначений час.
5. Мене важко відірвати від розпочатої роботи.
6. Мене дуже вибиває з колії фізичний біль.
7. Я завжди намагаюся вислухати співрозмовника, не перебиваю, навіть якщо не терпиться йому заперечити.
8. Я завжди відстоюю свою позицію у розмові.
9. Якщо треба, я можу не спати кілька ночей (наприклад, робота, чергування) і весь наступний день бути “в гарній формі”.

10. Мої плани занадто часто перекреслюються зовнішніми обставинами.
11. Я не вважаю себе терплячою людиною.
12. Не так просто мені примусити себе байдуже спостерігати хвилююче видовище.
13. Мені рідко вдається примусити себе продовжувати роботу після серії прикрих невдач.
14. Якщо я ставлюся до когось погано, мені важко приховати зневагу до нього.
15. За потреби я можу займатися своєю справою в незручних та в не пристосованих до цього умовах.
16. Мені дуже ускладнює роботу усвідомлення того, що її необхідно виконати в точно визначений термін.
17. Я вважаю себе рішучою людиною.
18. З фізичною втомою я справляюся значно краще, ніж інші.
19. Краще зачекати ліфт, ніж підійматися сходами.
20. Зіпсувати мені настрої не так просто.
21. Інколи якась дрібниця заповнює мої думки, не дає спокою, і я не можу її позбутися.
22. Мені важче, ніж іншим зосередитися на завданні чи на роботі.
23. Сперечатися зі мною важко.
24. Я завжди прагну довести розпочату справу до кінця.
25. Мене легко відвернути від справ.
26. Я іноді помічаю, що намагаюся домогтися свого всупереч об'єктивним обставинам.
27. Люди іноді заздять моєму терпінню та допитливості.
28. Мені важко зберегти спокій у стресовій ситуації.
29. Я помічаю, що під час одноманітної роботи мимоволі починаю змінювати спосіб дії, навіть якщо це інколи призводить до погіршення результатів.
30. Мене, як правило, дратує, коли “перед носом” зачиняються двері транспорту або ліфта, що від'їжджають.

Обробка результатів

Мета обробки результатів - визначення величин індексів вольової саморегуляції за пунктами загальної шкали та індексів за субшкалами наполегливості і самовладання.

Кожен індекс - це сума балів, отриманих при підрахунку збігу відповідей з ключем загальної шкали чи субшкали.

В опитувальнику міститься 6 замаскованих тверджень. Тому загальний сумарний бал за загальною шкалою має бути в межах 0-24, за субшкалою наполегливості - 0-16 та за субшкалою самовладання - 0-13.

Ключ для підрахунку індексів вольової саморегуляції

Загальна шкала	1-, 2+, 3+, 4+, 5+, 6-, 7+, 9+, 10-, 11+, 13-, 14-, 16-, 17+, 18+, 20+, 21-, 22-, 24+, 25-, 27+, 28-, 29-, 30-
Наполегливість	1-, 2+, 5+, 6-, 9+, 10-, 11+, 13-, 16-, 17+, 18+, 20+, 22-, 24+, 25-, 27+
Самовладання	3+, 4+, 5+, 7+, 13-, 14-, 16-, 21-, 24+, 27+, 28-, 29-, 30-

Аналіз результатів

У загальному вигляді під рівнем вольової саморегуляції розуміють міру опанування особистою поведінкою в різноманітних ситуаціях, здатність свідомо керувати своїми діями, бажаннями, станами.

Рівень розвитку вольової саморегуляції може бути охарактеризовано в цілому й окремо за такими властивостями характеру, як наполегливість та самовладання.

Рівні вольової саморегуляції визначаються порівнянням із середніми значеннями кожної шкали. Якщо вони становлять більше половини максимально можливої суми збігів, то цей показник відображає високий рівень розвитку загальної саморегуляції, наполегливості чи самовладання. Для загальної шкали ця величина становить 12, для шкали наполегливості - 8, для шкали самовладання - 6.

Високий бал за загальною шкалою властивий емоційно зрілим, активним, незалежним, самостійним особам. Їх відрізняє спокій, упевненість у собі, стійкість намірів, реалістичність поглядів, розвинене почуття особистого обов'язку. Як правило, вони добре рефлексують особисті мотиви, планомірно втілюють власні наміри, вміють розподіляти зусилля і здатні контролювати свої вчинки, володіють вираженою соціально-позитивною спрямованістю. У граничних випадках у них можливе наростання внутрішньої напруги, пов'язаної з прагненням контролювати кожен нюанс власної поведінки і з тривожністю через найменшу її спонтанність.

Низький бал спостерігається в людей чутливих, емоційно нестійких, вразливих, невпевнених у собі. Рефлексивність у них невисока, а загальний фон активності, як правило, занижений. Їм властиві імпульсивність і нестійкість намірів. Це може бути пов'язано як з незрілістю, так і з вираженою витонченістю натури, не підкріпленою здатністю до рефлексії та самоконтролю.

Субшкала наполегливості характеризує силу намірів людини - її прагнення до здійснення розпочатої справи. На позитивному полюсі -

діяльні, працездатні люди, які активно прагнуть до виконання запланованого, їх мобілізують перешкоди на шляху до мети, не відвертають альтернативи і спокуси, головна їхня цінність - розпочата справа. Таким людям притаманна повага до соціальних норм, прагнення повністю підпорядковувати свою поведінку цим нормам. У крайньому прояві можлива втрата гнучкості поведінки, поява маніакальних тенденцій. Низькі значення за даною шкалою вказують на підвищену лабільність, невпевненість, імпульсивність, що можуть призвести до непослідовності в поведінці. Знижений фон активності та працездатності, як правило, компенсується в таких людей підвищеною чутливістю, гнучкістю, винахідливістю, а також тенденцією до вільного трактування соціальних норм.

Субшкала самовладання відображає рівень довільного контролю емоційних реакцій і станів. Високий бал отримують люди емоційно стійкі, які добре володіють собою в різноманітних ситуаціях. Характерний для них внутрішній спокій, упевненість у собі звільняють від страху перед невідомим, підвищують готовність до сприймання нового, непередбаченого і, як правило, поєднуються із свободою поглядів, з тенденцією до новаторства і радикалізму. Разом з тим прагнення до постійного самоконтролю, надмірне свідоме обмеження спонтанності може призвести до підвищення внутрішньої напруженості, до переважання постійної стурбованості та втоми.

На другому полюсі цієї субшкали - спонтанність, що у поєднанні з вразливістю та переважанням традиційних поглядів, захищає людину від інтенсивних переживань і внутрішніх конфліктів, сприяє незворушному настрою.

Бланк відповідей

Прізвище, імя _____

№ групи _____

Вік _____

Дата проведення _____

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

Додаток В.1

Результати констатувального етапу емпіричного дослідження

Результати дослідження аксіологічно-мотиваційного компонента
корпоративної культури майбутніх фахівців

Частоти

		Частота	Процент	Валідний процент	Кумулятивний процент
Валідні					
	Соціальні цінності	73	18,9	21,8	49,3
	Мотиви	170	44,0	50,7	100,0
	Total	335	86,8	100,0	
Пропущені	999	51	13,2		
Разом		386	100,0		

Рівні розвитку аксіологічно-мотиваційного компонента

		Частота	Процент	Валідний процент	Кумулятивний процент
Валідні	низький	105	27,2	27,7	27,7
	середній	258	66,8	68,1	95,8
	високий	16	4,1	4,2	100,0
	Total	379	98,2	100,0	
Пропущені	999	5	1,3		
	System	2	,5		
	Total	7	1,8		
Разом		386	100,0		

Додаток В.2

Результати дослідження гносеологічно-сміслового компонента
корпоративної культури майбутніх фахівців

Частоти

		Частота	Процент	Валідний процент	Кумулятивний процент
Валідні	Сила КК	62	16,1	16,8	16,8
	Робота	55	14,2	14,9	31,7
	Комунікації	165	42,7	44,7	76,4
	Управління	40	10,4	10,8	87,3
	Мотивація і мораль	47	12,2	12,7	100,0
	Разом	369	95,6	100,0	

Пропущені	Системні пропущені	17	4,4		
	Итого	386	100,0		

Рівні розвитку гносеологічно-сислового компонента

		Частота	Процент	Валідний процент	Кумулятивний процент
Валідні	низький	117	30,3	35,9	35,9
	середній	172	44,6	52,8	88,7
	високий	37	9,6	11,3	100,0
	Total	326	84,5	100,0	
Пропущені	999	60	15,5		
Разом		386	100,0		

Додаток В.3

Результати дослідження діяльнісного-вчинкового компонента корпоративної культури майбутніх фахівців

Частоти

		Частота	Процент	Валідний процент	Кумулятивний процент
Валідні	Психолгічний клімат ЗВО	32	12,1	14,2	14,8
	Психологічний атмосфера групи	67	17,4	18,8	69,5
	Соціально-психологічний рівень розвитку групи	109	28,2	30,5	100,0
	Total	357	92,5	100,0	
Пропущені	999	25	6,5		
	System	4	1,0		
	Total	29	7,5		
Разом		386	100,0		

Рівні розвитку діяльнісно-вчинкового компонента

		Частота	Процент	Валідний процент	Кумулятивний процент
Валідні	низький	63	16,3	16,3	16,3
	середній	260	67,4	67,4	83,7
	високий	63	16,3	16,3	100,0
Разом		386	100,0	100,0	

Додаток В.4

**Результати дослідження індивідуально-особистісного компонента
корпоративної культури майбутніх фахівців**

Частоти

		Частота	Процент	Валідний процент	Кумулятивн ий процент
Валідні					
	Наполегливість	63	28,9	31,8	49,3
	Самовладнання	180	4	50,7	100,0
	Total	335	86,8	100,0	
Пропущені	999	51	13,2		
Разом		386	100,0		

Рівні індивідуально-особистісного компонента

		Частота	Процен т	Валідний процент	Кумулятивний процент
Valid	низький	178	46,1	48,8	48,8
	середній	182	47,2	49,9	98,6
	високий	5	1,3	1,4	100,0
	Total	365	94,6	100,0	
Missing	999	21	5,4		
Total		386	100,0		

Кореляція

Spearman's rho	Аксіологічно- ціннісний	Гносеологічно- мотиваційний	Діяльнісно- вчинковий	Індивідуально- особистісний	Заг. Рівень КК
Аксіологічно- ціннісний	1,000	,135(**)	,226(**)	,129(**)	,196(*)
Гносеологічно- мотиваційний	,135(**)	1,000	,117(*)	,583(**)	,186(*)
Діяльнісно- вчинковий	,226(**)	,117(*)	1,000	,285(*)	,312(**)
Індивідуально- особистісний	,129(**)	,583(**)	,285(*)	1,000	,198(**)
Заг. Рівень КК	,196(*)	,186(*)	,312(**)	,198(**)	1,000

**Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

*Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Додаток В.5

Дисперсійний аналіз

Tests of Between-Subjects Effects Dependent Variable: аксіологічно-мотиваційний

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	27,743	1	27,743	7,276	,007
Intercept	112688,109	1	112688,109	29551,886	,000
вік	27,743	1	27,743	7,276	,007
Error	1368,949	359	3,813		
Total	120567,000	361			
Corrected Total	1396,693	360			

Dependent Variable: гносеологічно-смысловий

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	1,005(a)	2	,503	1,907	,150
Intercept	1152,499	1	1152,499	4372,972	,000
курс	1,005	2	,503	1,907	,150
Error	99,095	376	,264		
Total	1281,000	379			
Corrected Total	100,100	378			

Dependent Variable: діяльнісно-вчинковий

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	3,177(a)	2	1,589	3,927	,021
Intercept	978,126	1	978,126	2417,646	,000
курс	3,177	2	1,589	3,927	,021
Error	130,679	323	,405		
Total	1141,000	326			
Corrected Total	133,856	325			

Dependent Variable: індивідуально-особистісний

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	9,983(a)	1	9,983	26,111	,000
Intercept	877,958	1	877,958	2296,376	,000
тип закладу	9,983	1	9,983	26,111	,000
Error	123,873	324	,382		
Total	1141,000	326			
Corrected Total	133,856	325			

Додаток В.6

Факторний аналіз. Повна пояснена дисперсія

Компонента	Початкові власні значення		
	Разом	% Дисперсії	Кумулятивний %
1	1,786	17,857	17,857
2	1,426	14,263	32,120
3	1,215	12,148	44,258
4	,968	9,684	53,953
5	,949	9,487	63,439
6	,880	8,796	72,235
7	,761	7,614	79,849
8	,714	7,145	86,994
9	,670	6,701	93,694
10	,631	6,306	100,000

Матриця повернутих компонент				
	Компонента			
	1	2	3	4
ціннісні орієнтації	,770			
мотиви	,684			
психологічний клімат у групі			,788	
сила корпоративної культури ЗВО		,739		
вольова саморегуляція				,403
рівень корпоративної культури ЗВО		,749		
привабливість корпоративної культури				,630
наполегливість і самовладнання				,400
відданість, любов			,684	
згуртованість та відповідальність			,571	

Додаток Г.1

**Порівняльний аналіз результатів експериментальної та контрольної
груп до і після формувального експерименту**

До формувального експерименту

		Аксіологічно-мотиваційний (до формувального експерименту)			Total
		низький	середній	високий	
групи досліджуваних	експериментальна	25,2	54,0	20,8	100,0%
	контрольна	25,9	59,5	14,6	100,0%

До формувального експерименту

		Гносеологічно-смісловий (до формувального експерименту)			Total
		низький	середній	високий	
групи досліджуваних	експериментальна	17,9%	64,2%	17,9%	100,0%
	контрольна	18,5%	63,0%	18,5%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,010(a)	2	,995
Likelihood Ratio	,010	2	,995
Linear-by-Linear Association	,000	1	1,000
N of Valid Cases	55		

До формувального експерименту

		Діяльнісно-вчинковий (до формувального експерименту)			Total
		низький	середній	високий	
групи досліджуваних	експериментальна	7,1%	50,0%	42,9%	100,0%
	контрольна	11,1%	48,1%	40,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,262(a)	2	,877
Likelihood Ratio	,264	2	,876
Linear-by-Linear Association	,124	1	,724
N of Valid Cases	55		

		Індивідуально-особистісний (до формувального експерименту)			Total
		низький	середній	високий	
групи досліджуваних	експериментальна	42,8%	53,5%	3,6	100,0%
	контрольна	44,4%	51,9%	3,7	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,155(b)	1	,694	,789	,451
Continuity Correction(a)	,015	1	,902		
Likelihood Ratio	,155	1	,694		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,152	1	,696		
N of Valid Cases	55				

		Рівень КК			Total
		низький	середній	високий	
групи досліджуваних	експериментальна	7,2%	60,7%	32,1%	100,0%
	контрольна	11,1%	59,3%	29,6%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,271(a)	2	,873
Likelihood Ratio	,272	2	,873
Linear-by-Linear Association	,161	1	,688
N of Valid Cases	55		

Додаток Г.2

Після формувального експерименту

		Аксіологічно-мотиваційний (після формування експерименту)			Total
		низький	середній	високий	
групи досліджуваних	експериментальна	3,6%	50,0%	46,4%	100,0%
	контрольна	22,2%	59,3%	18,5%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,999(a)	2	,082
Likelihood Ratio	5,415	2	,067
Linear-by-Linear Association	4,203	1	,040
N of Valid Cases	55		

		Когнітивно-смісловий (після формування експерименту)			Total
		низький	середній	високий	
групи досліджуваних	експериментальна	7,1%	42,9%	50,0%	100,0%
	контрольна	11,1%	70,4%	18,5%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	6,028(a)	2	,049
Likelihood Ratio	6,216	2	,045
Linear-by-Linear Association	4,564	1	,033
N of Valid Cases	55		

		Діяльнісно-вчинковий (після формування експерименту)			Total
--	--	---------------------------------------------------------	--	--	-------

		низький	середній	високий	
групи досліджуваних	експериментальна	3,6	32,1%	64,39%	100,0%
	контрольна	7,4%	51,9%	40,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,204(a)	2	,074
Likelihood Ratio	6,009	2	,050
Linear-by-Linear Association	4,985	1	,026
N of Valid Cases	55		

		Індивідуально-особистісний (після формувального експерименту)			Total
		низький	середній	високий	
групи досліджуваних	експериментальна	14,3%	53,6%	32,1%	100,0%
	контрольна	37,0%	59,3%	3,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,988(a)	2	,011
Likelihood Ratio	10,032	2	,007
Linear-by-Linear Association	8,204	1	,004
N of Valid Cases	55		

Рівень КК (після формувального експерименту)

		рівні КК (після формувального експерименту)			Total
		низький	середній	високий	
групи досліджуваних	експериментальна	3,6%	39,3%	57,1%	100,0%
	контрольна	7,4%	63,0%	29,6%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,509(a)	2	,064
Likelihood Ratio	5,614	2	,060
Linear-by-Linear Association	4,161	1	,041
N of Valid Cases	55		

Порівняльний аналіз динаміки результатів до і після формувального експерименту в експериментальній та контрольній групах
Експериментальна група

		N
Аксіологічно-мотиваційний (після форм. експерименту) - (до форм. експерименту)	Negative Differences	0
	Positive Differences	10
	Ties	18
	Total	28
Гносеологічно-смісловий (після форм. експерименту) - (до форм. експерименту)	Negative Differences	0
	Positive Differences	7
	Ties	21
	Total	28
Діяльнісно-вчинковий (після формувального експерименту) - (до форм. експерименту)	Negative Differences	0
	Positive Differences	6
	Ties	22
	Total	28
Індивідуально-особистісний (після формувального експерименту) - (до форм. експерименту)	Negative Differences	0
	Positive Differences	11
	Ties	17
	Total	28
Рівень КК (після формувального експерименту) - (до форм. експерименту)	Negative Differences	0
	Positive Differences	7
	Ties	21
	Total	28

	Аксіологічно-мотиваційний	Гносеологічно-смісловий	Діяльнісно-вчинковий	Індивідуально-особистісний	Рівень КК
Exact Sig. (2-tailed)	,002(a)	,016(a)	,001(a)	,031	,016(a)

Контрольна група

		N
Аксіологічно-мотиваційний (після форм. експерименту) - (до форм. експерименту)	Negative Differences	0
	Positive Differences	2
	Ties	25
	Total	27
Гносеологічно-мотиваційний (після форм. експерименту) - (до форм. експерименту)	Negative Differences	0
	Positive Differences	2
	Ties	25
	Total	27
Діяльнісно-вчинковий (після формувального експерименту) - (до форм. експерименту)	Negative Differences	1
	Positive Differences	2
	Ties	24
	Total	27
Індивідуально-особистісний (після формувального експерименту) - (до форм. експерименту)	Negative Differences	0
	Positive Differences	2
	Ties	25
	Total	27
Рівень КК (після формувального експерименту) - (до форм. експерименту)	Negative Differences	0
	Positive Differences	2
	Ties	25
	Total	27

	Аксіологічно-мотиваційний	Гносеологічно-смісловий	Діяльнісно-вчинковий	Індивідуально-особистісний	Рівень КК
Exact Sig. (2-tailed)	,500(a)	,500(a)	1,000(a)	,500(a)	,500

Тренінгова програма

«Розвиток корпоративної культури майбутніх фахівців»

І заняття. «Вступне: знайомство»

Мета: знайомство учасників тренінгу для створення комфортної емоційної атмосфери, що сприяє результативній спільній роботі в групі, обговорення правил тренінгу.

Хід заняття

Знайомство. Тренер пропонує кожному учаснику написати на бейджі ім'я, яким його мають називати в групі, а також намалювати будь-який символ (емблему), що відображає індивідуальну сутність, переконання, захоплення, щось інше, що характеризує кожного учасника. На виконання завдання надається 3 хвилини. Далі тренер просить кожного учасника (по колу) протягом 1 хвилини прокоментувати написане ім'я та розповісти про себе.

1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Історія освітнього закладу, у якому я навчаюсь».

2. Психогімнастична вправа «Руки». Інструкція: кожен член групи по черзі сідає на стілець перед групою або в центрі кола, заплющує очі і кладе руки на коліна долонями догори. Учасники по черзі підходять до нього, доторкаючись своїми долонями до його долонь, намагаючись вкласти в цей дотик своє ставлення до цієї людини. Той, хто рефлексує, вказує, в який бік варто відійти кожному, хто доторкнувся, тим самим розділяючи учасників на підгрупи відповідно до сприйнятого ним «ставлення». Після закінчення процедури той, хто рефлексує, розплющує очі й дивиться на сформовані ним підгрупи, висловлюючись про відчуті переживання. Учасники підгруп також висловлюються щодо власних очікувань і відчутих переживань.

Психогімнастичні вправи, що сприяють активізації психічної

діяльності, відпочинку і встановленню позитивного психологічного клімату в колективі, вибираються тренером відповідно до індивідуального стилю роботи й самопочуття членів групи.

3. Групова дискусія в малих підгрупах (3-5 людей) «Для чого потрібно володіти інформацією про історію закладу, у якому Ви навчаєтесь?». Розроблення загальногрупової відповіді.

4. Психологічна гра «Розповісти про партнера». Розподіляємо учасників на групи по двоє та даємо їм завдання дізнатися один про одного якомога більше. Потім кожен учасник представляє свого партнера, увиразнюючи його чесноти, хобі та вподобання.

Після того, як всі виконають це завдання, тренер пропонує учасникам обговорити їхні враження. Під час підбиття підсумків тренер зосереджує увагу на тих засобах встановлення контакту, які перераховують учасники, а також на тих ознаках, які свідчать про те, що контакт встановлений.

5. Мозковий штурм «Визначення правил групової роботи» [28, с.33].

Не переривати, не критикувати, поважати право на особисту думку, заохочувати ініціативу, взаємоповагу та співробітництва тощо.

6. Форма контролю – обговорення.

II заняття. «Мій навчальний заклад»

Мета: ознайомлення з місією та статутом закладу вищої освіти та його історією.

Хід заняття

1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Місія та статут закладу вищої освіти».

2. Психогімнастична вправа «Шеренга».

Необхідно вишикуватися в шеренгу так, щоб поряд із модератором стояв найвищий за зростом, а в кінці шеренги – найнижчий. Потім біля тренера стає той, у кого найсвітліше волосся, а в кінці ряду – з темним волоссям. Наостанок вишикуватися так: починаючи з того, хто народився 01 січня, і закінчуючи тим, хто 31 грудня.

2. Групова дискусія «Чи можете Ви впливати на зміну статуту і місії вашого навчального закладу?».

3. Психологічна гра – вправа «Поділ на групи».

Інструкція: майбутнім фахівцям пропонується порівняти свої особистісні якості з якостями, наявність яких вони підозрюють в інших учасників групи, об'єднавшись у пару або групу з тими людьми, чиї якості ідентичні. Після розподілу кожній підгрупі, що утворилася, пропонується обговорити свої ідентичні якості, а також ідентичні якості членів кожної з підгруп, що утворилися. Результати обговорюються.

4. Творчий проєкт (робота в малих групах) з подальшою презентацією «Структура корпоративної культури»

5. Форма контролю – обговорення.

III заняття. «Корпоративна культура»

Мета: розуміння терміну «корпоративна культура», сутність та основні шляхи її формування.

Хід заняття

1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Роль та зміст корпоративної культури».

2. Психогімнастична вправа «Подорож». Для проведення цієї вправи необхідно взяти м'яч. Інструкція: За бажанням, хто хоче розпочати роботу, кидає м'яч будь-якому учаснику (за вибором) і каже, де опиниться той, кому адресований м'яч. При цьому немає ніяких обмежень: можна відправляти своїх партнерів у будь-які незвичайні місця – до Туреччини, до печери. Учасник, який упіймає м'яч, має швидко назвати три предмети, які візьме із собою туди, куди його відправили.

3. Групова дискусія «Корпоративна культура – невід'ємний атрибут вашого закладу освіти?».

4. Психологічна гра «Автомобіль». Інструкція: для цієї вправи обираються двоє охочих, які сідають у центрі кола. Тренер пояснює ситуацію: ви їдете в автомобілі, він зупиняється на червоне світло, і раптом в

сусідньому ряду в автобусі ви помічаєте свого товариша, якого давно не бачили. Ви бажаєте домовитися про зустріч із ним у якомусь певному місці і у визначений час, але вікна автобусів закриті. У Вас є 1 хвилина, щоб усе організувати. Після невербального програвання ситуації учасники діляться інформацією про те, як вони зрозуміли один одного. У вправі по черзі беруть участь всі охочі.

Орієнтовні запитання для обговорення: чи легко було зрозуміти партнера? Чи легко було висловити свої думки без слів? Якими засобами ви користувалися? Що допомагало, що заважало зрозуміти партнера?

5. Мозковий штурм «Особливі характеристики корпоративної культури освітньої організації, порівняно з соціально-економічними організаціями».

6. Форма контролю – обговорення.

IV заняття. «Мої обов'язки в закладі, де я навчаюсь»

Мета: обґрунтування основних норм та правил діяльності та спілкування в закладі вищої освіти.

Хід заняття

1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Основні правила поведінки в закладі вищої освіти».

2. Психогімнастична вправа «Рахунок». Усі стають у коло, не торкаючись один одного плечима й ліктями. За сигналом «почали» треба заплющити очі, опустити голову вниз і порахувати до десяти. Хитрість полягає в тому, що рахувати треба по черзі. Хтось скаже «один», другий – «два», третій – «три» і так далі. Проте в грі є одне правило: слово має сказати тільки одна людина. Якщо два голоси одночасно скажуть, наприклад, «чотири», то рахунок починається спочатку.

Учасники мають десять спроб. Якщо за десять спроб вони доведуть рахунок до десяти, то можуть вважати свою групу надзвичайно згуртованою. Після кожної невдалої спроби вони можуть розплющити очі, подивитися один на одного, але без розмов. Необхідно спробувати зрозуміти один одного без слів – порозумітися поглядами, жестами.

Варто звернути увагу на таку важливу психологічну закономірність: коли щось не виходить, люди починають дратуватися, злитися, стають агресивними, недоброчливими один до одного. Треба навчитися стримуватися, не виражати гнів.

3. Групова дискусія «Мої обов'язки та бажання, а також обов'язки та бажання інших учасників»

4. Психологічна гра «Ведення переговорів». Усі учасники гри діляться на пари. Кожна пара розподіляє між собою ролі «керівника» і «заступника». Завдання «заступника» - переконати «керівника» в необхідності виділення додаткових коштів, щоб мати можливість оплатити роботу залученої групи фахівців. «Керівник», відповідно до своїх функціональних обов'язків, має відстоювати вже прийнятий бюджет фірми. Загальне завдання гравців - у ході переговорів знайти взаємоприйнятний компроміс. На виконання завдання дається 10-15 хвилин, а потім підбиваються підсумки гри.

5. Основні фактори та принципи успішного розвитку корпоративної культури закладу вищої освіти приватної форми власності». Інструкція: учасникам пропонується заповнити «веселку» шляхом присвоєння кожному кольору відповідного фактора та принципу успішного розвитку корпоративної культури закладу вищої освіти приватної форми власності.

Розроблення творчого проєкту (виконується всією групою) «Основні норми та правила діяльності та спілкування майбутніх фахівців у ЗВО». Інструкція: учасникам пропонується на великому ватмані по черзі написати або намалювати конкретні правила діяльності, що сприятимуть розвитку корпоративної культури.

Підбиття підсумків виконання творчого проєкту.

6. Форма контролю – обговорення.

V Заняття. «Моє призначення»

Мета: з'ясування та уточнення особистісних очікувань щодо власних цілей навчання та діяльності.

Хід заняття

1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Значення очікувань та цілей».

2. Психогімнастична вправа «Моє місце». У центрі кімнати ставиться стілець, на нього тренер садить одного з учасників. Решті зачитується інструкція: «Кожному з вас необхідно зайняти його місце, при цьому кожний має придумати самостійно, як він це зробить без слів». Після того, як місце займає наступний член групи, інші мають намагатися звільнити місце для себе і так по черзі, поки кожний не посидить на стільці».

Можна обговорювати переживання й почуття, що виникають у членів групи під час виконання вправи. Можна аналізувати відображення в поведінці індивідуальних проблем. Можливий аналіз взаємин між учасниками групи.

3. Групова дискусія «На що я здатний та чого я прагну?»

4. Психологічна гра «Бесіда». Група сідає в коло й розбивається на пари. Потім кожна підгрупа займає місце так, щоб нікому при цьому не заважати. Дається 6 хвилин для розмови.

Тренер може запропонувати для обговорення теми, пов'язані з контекстом або нейтральні. За його вказівкою в ході бесіди учасники будуть змінювати положення, не припиняючи розмови. Для початку треба повернутися один до одного спиною й почати розмову.

Учасники 1,5 хвилини розмовляють, сидячи спиною один до одного, по 1,5 хвилини – один сидячи, інший стоячи й навпаки (обличчям один до одного), 1,5 хвилини – сидячи обличчям один до одного.

Під час обговорення вправи тренер може ставити запитання про те, у якому становищі ведення бесіди було найбільш важким, складним, а в якому найбільш комфортним. Можна обговорити способи, як перейти зі складного становища в комфортне в різних життєвих ситуаціях.

6. Мозковий штурм «Особисті очікування щодо цілей навчання та діяльності».

7. Форма контролю – обговорення.

VI заняття. «Налагодження взаємин»

Мета: зіставлення та узгодження особистісних цілей із цілями закладу вищої освіти.

Хід заняття

1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Як реалізувати себе в закладі, де Ви навчаєтесь?».

2. Психогімнастична вправа «Дзеркало». Інструкція: учасники діляться на пари і стають один навпроти одного. Один із них повільно робить певний рух, а інший – його повторює, ніби віддзеркалює. При цьому потрібно дотримуватися таких правил: партнери не повинні торкатись один одного, усі рухи необхідно здійснювати в уповільненому темпі, ноги не повинні відриватися від підлоги. Потім учасники міняються місцями.

3. Групова дискусія «Як впливає на людину її оточення?»

4. Психологічна гра «Зображення емоції». Тренер показує групі картинки із зображенням емоцій: радість, сум, подив, злість, страх, сором, цікавість. Їхнє завдання – визначити, яке почуття виражає картинка. Потім тренер пропонує невербально представити групі кожен з емоцій.

5. Творчо-аналітична вправа (робота в малих групах) «Квітка цінностей корпоративної культури закладу вищої освіти». Інструкція: учасникам надається «квітка з пелюстками», на яких треба перерахувати основні корпоративні цінності закладу, у якому вони навчаються.

6. Форма контролю – обговорення.

VII заняття «Особливості почуттів»

Мета: ознайомлення з основними прийомами самоаналізу емоційних переживань.

Хід заняття

1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Мій емоційний стан».

2. Психогімнастична вправа «Повернення енергії». Інструкція: учасники групи стають у коло, кожен починає струшувати праву руку,

починаючи з кінчиків пальців, поступово переходячи до ліктя, до плеча і далі, поки не буде задіяна вся рука. Потім потрібно зробити невелику паузу й помітити, що вони тепер по-різному відчують ліву та праву руки. Потім процедура повторюється з лівою рукою, потім – правою ногою (починаючи зі ступні, переходимо до кісточки, гомілки, коліна та стегна. Після паузи повторюємо з лівою ногою, потім – з головою (рухи з невеликою амплітудою, схожі на те, як кучер трясє головою, коли говорить «Тпррру!»).

3. Групова дискусія «Як управляти своїми емоціями?»

4. Психологічна гра «Машина емоцій». Інструкція: група поділяється на дві команди й кожна намагається побудувати машину, яка виробляє та виражає емоції. Кожна команда загадує яку-небудь емоцію, яку має відгадати інша команда. Один з учасників команди починає рівномірно рухатися та видавати звуки. До нього приєднуються інші члени команди, створюючи великий механізм, де кожна окрема деталь видає свій власний звук і по-своєму рухається. Усі гравці мають слідкувати за тим, щоб рух деталей збігався з рухом усієї машини – так, щоб увесь механізм злагоджено висловив емоцію, що була загадана. Через 10 хвилин після тренування команди збираються разом, і кожна з них представляє свою машину. Друга команда прагне вгадати, яку емоцію було загадано. Обговорення: команди обмінюються враженнями про те, чи легко було домовитися, яку емоцію показувати команді; чи швидко вони вгадали емоцію іншої команди; чи легко було працювати в команді тощо.

5. Мозковий штурм «Словник емоцій та почуттів». Учасникам пропонується згадати якомога більше слів, які використовуються для опису емоцій та почуттів. Якщо з'ясується, що це нелегко, можна запропонувати певні ситуації, наприклад: «Що буде почувати людина, якій належить ухвалити дуже важливе рішення?». Тренер зосереджує увагу на емоціях і почуттях, які часто виникають у діловому спілкуванні, особистісних контактах. Результатом спільної роботи групи є укладання словника емоцій

та почуттів, який відобразатиме емоційний досвід групи. Обговорення: які емоції наснажують людину? Які емоції позбавляють сил?

6. Форма контролю – обговорення.

VIII заняття «Перешкоди у взаєморозумінні»

Мета: сформувати навички долати різноманітні перешкоди для налагодження взаємодії, вміння контролювати свої емоції з метою розуміння інших людей.

Хід заняття

1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Перешкоди на шляху до взаєморозуміння».

2. Психогімнастична вправа «Торнадо». Інструкція: учасники сідають по колу, тренер розміщується в центрі. За сигналом учасники, які мають спільні ознаки (колір очей, волосся, деталь одягу, стать тощо), мають помінятися місцями. Той, хто не сів на стілець, стає тренером. Якщо тренер довго не може сісти, то говорить слово «Торнадо» і тоді всі учасники міняються місцями.

3. Групова дискусія «Найкращі способи розв'язання конфліктів у колективі».

4. Психологічна гра «Менеджер». Група ділиться на підгрупи (3-4 особи). Інструкція: ви вирішили взяти участь у конкурсі на посаду персонал-менеджера у великій фірмі. Вам необхідно пройти декілька етапів, на кожному з яких залучені різні люди. Зараз у кожній групі хтось один (тренер сам обирає) спробує встановити контакт із кожним з решти учасників вашої малої групи, але необхідно зазначити, що учасник, який встановлює контакт, зацікавлений в отриманні інформації стосовно самого процесу відбору, а ті, до кого він звертається, займають приблизно таку позицію: ситуація відбору для вас дуже важлива, і ви хочете успішно її пройти, тому у вас є серйозні причини, щоб не відволікатися від ваших роздумів щодо майбутньої співбесіди, і ви даєте це зрозуміти тому, хто до вас звертається. Водночас,

будь ласка, пам'ятайте, що якщо поведінка тієї людини, яка до вас звернеться, викличе у вас бажання вступити з нею в розмову, ви можете зробити це.

Через пару хвилини тренер зупиняє розігрування ситуації і пропонує, залишаючись у малих групах, стисло обговорити отриманий результат. Після цього тренер може змінити склад груп і називає інших учасників, які вже на другому етапі мають розпочати розмову. Ця гра закінчується обговоренням у колі, у процесі якого необхідно звернути увагу на ті вербальні й невербальні аспекти поведінки, які сприяють встановленню контакту.

5. Завдання-кейс «Аналіз конфліктної ситуації». Мета: навчитися аналізувати конфлікт та обирати оптимальний шлях його подолання. Перебіг виконання: прочитайте подану ситуацію: «Анатолій Семенович десять років працював у компанії. Він був авторитетною особистістю в колективі, але не отримав жодного посадового підвищення. Перші два роки він майже на кожних зборах трудового колективу компанії робив багато цікавих пропозицій, які приносили фірмі чималі прибутки. Така його активність не була помічена керівництвом і не принесла змін у кар'єрі. Анатолій Семенович поступово втратив інтерес до успіхів фірми і просто професійно виконував свої посадові обов'язки. Коли компанія опинилася на межі банкрутства, шеф вирішив запропонувати Анатолію Семеновичу керувати збитковим відділом і обіцяв удвічі вищу заробітну плату, але той відхилив таку, на перший погляд, цікаву пропозицію. Шеф був у край розлючений, сказавши співробітникам, що він ще не бачив таких безвідповідальних працівників».

Обговорення:

1. Визначте чинники конфлікту.
2. Поміркуйте, яких помилок у спілкуванні з Анатолієм Семеновичем припустився шеф.
3. Яких помилок припустився Анатолій Семенович?
4. Спрогнозуйте подальше спілкування шефа з Анатолієм Семеновичем.

5. Запропонуйте оптимальний шлях подолання конфлікту.

Підбиття підсумків.

6. Форма контролю – обговорення.

IX заняття. «Харизматичне лідерство та симпатія»

Мета: сформувати уміння привертати увагу до себе з метою покращення взаємодії в колективі.

Хід заняття

1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Що робити, щоб подобатися іншим людям».

2. Психогімнастична вправа «Місток». Інструкція: учасники стають у коло, тренер виходить за двері. З решти учасників обирається один «законодавець моди», який буде придумувати й виконувати будь-які нескладні фізичні вправи, а всі решта – повторювати за ним. Кожні 10-15 секунд він змінює рухи, інші, помітивши це, теж починають копіювати нові рухи. Коли «законодавець моди» обраний і почалося виконання вправи, тренера кличуть назад до приміщення, його завдання – шляхом спостереження встановити, за ким саме учасники повторюють рухи.

3. Групова дискусія «Які психологічні прийоми формування атракції не допустимі в закладі вищої освіти?».

4. Психологічна гра «Побудова ідеального образу». Інструкція: уявіть перед собою образ людини на весь зріст. Це має бути людина, якій ви безмежно довіряєте, але вона не має бути вашим родичем, другом, знайомим. Це абсолютно стороння для вас людина.

Зосередьте увагу на тому, як уявлена Вами людина одягнена. Яке в неї взуття, зачіска, усе в деталях. Уявіть, що звертаєтеся до цієї людини, поясніть, як при цьому розташовані її тіло й голова, куди спрямований погляд, як вона вас слухає, як розміщені її руки.

Розплющте очі.

Зверніть увагу, що образ людини спливає в нашому уявленні практично мимоволі. Зрозуміло, адже він «вкладений» у нас від народження та

відточений у деталях життям. Побачити його легше, ніж проаналізувати. Проте саме проаналізувати – ціль цієї вправи.

Необхідно виділити 10 найбільш суттєвих якостей створеної нами людини. Цей експеримент із узагальненої рефлексорної оцінки особистості збоку відображає стереотип сприйняття харизматичної особистості в суспільстві.

4. Мозковий штурм «Харизматична особистість».
5. Форма контролю – обговорення.

Х заняття «Впевненість у власних силах»

Мета: формувати вміння позитивно оцінювати власні навички, здібності й сили для досягнення значущих цілей.

Хід заняття

1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Впевненість як необхідна риса особистості».

2. Психогімнастична вправа «Телепати». Інструкція: учасники об'єднуються в пари й сідають на стільці спинами один до одного. Не подаючи сигналів, вони мають тричі спробувати одночасно обернутись і подивитись один на одного.

3. Групова дискусія «Як пробудити впевненість у собі?».

4. Психологічна гра «Підвищення впевненості в собі». Інструкція: викликається охочий, він сідає на стілець навпроти інших гравців. Суть гри в тому, що основний учасник має довіритися настільки, наскільки він вважає за потрібне, розкрити себе для інших членів групи. Йому треба говорити про самого себе усе, що він вважає за потрібне.

Основний учасник може розповідати про свої здобутки в ході тренінгу, про власні переживання, враження, про те, як він себе почував у цій групі, на заняттях, що неприємно зачіпало його «Я», а що надихало, про свої здібності, а також про плани на майбутнє.

По закінченню розповіді основного учасника інші ставлять йому цікаві для них питання, які стосуються учасника. Після виступу всіх учасників проводять загальне обговорення гри.

5. Рольова гра «Я можу бути різним». Інструкція: кожному з учасників необхідно буде зіграти в запропонованій тренером ситуації певну роль. Тренер роздає всім картки з ролями, потім зачитує ситуацію №1 і троє учасників обігрують її трьома способами, у грі мають усі взяти участь. Потім йде обговорення: які відчуття викликають агресивна, невпевнена й впевнена в собі людина? Робляться висновки.

6. Форма контролю – обговорення.

ХІ заняття «Майбутнє починається сьогодні»

Мета: створення позитивної мотивації для досягнення організаційних цілей колективу.

Хід заняття

1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Разом створюємо майбутнє».

2. Психогімнастична вправа «Команда». Тренер об'єднує учасників у пари і просить їх стати біля однієї зі стін приміщення. Тренер: «Візьміть по одному листку формату А4 (або сам роздає листки) на кожна пару. Станьте лицем один до одного, затисніть аркуш паперу лобами, заведіть руки за спину. Ваша задача – доволно пересуватися по приміщенню до протилежної стіни. Розмовляти можна. Якщо упустили лист, починаєте спочатку». Вправу можна проводити як з елементами суперництва (хто перший досягне стіни), так і без нього. Для ускладнення можна розставити по приміщенню стільці, які будуть створювати учасникам додаткові перепони.

3. Групова дискусія «Погляд у майбутнє».

4. Психологічна гра «Асоціації». Інструкція: на ватмані чи дошці малюється сонце, у центрі якого написано слово (наприклад, життя, майбутнє). На промінчиках учасники прикріплюють стікери з власними

асоціаціями до цього слова. Запитання для обговорення: чи повторюються асоціації? Чому вони саме такі?

5. Мозковий штурм «Мій успіх сьогодні – крок до успішного майбутнього». У режимі мозкового штурму у вільній формі учасники називають найважливіші речі, що, на їхній погляд, існують у нашому житті, на які варто витратити свій час, сили, інші ресурси. Усе записується на кроні символічного дерева.

Потім у тому ж режимі записуються всі пропозиції учасників щодо потрібних для реалізації наших інтересів можливостей: як зовнішніх - наявність певного матеріального достатку, часу, так і внутрішніх - здібностей, певних рис характеру, наполегливості, знання себе, цілеспрямованості, вміння спілкуватися.

6. Форма контролю – обговорення.

ХІІ заняття «Моє місце в групі»

Мета: налагодження конструктивних взаємин у колективі, розуміння сенсу свого перебування в групі, знаходження ефективних методів для покращення емоційного фону групи.

Хід заняття

1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Соціальні ролі та взаємини в колективі».

2. Психогімнастична вправа «Хто перший?». Інструкція: «Я показуватиму на двох руках певну кількість пальців і має підвестися стільки осіб, скільки пальців я показала. Сідати можна тільки після того, як я стисну руку в кулак» (вправа виконується сім–десять разів із різною комбінацією та послідовністю, обов'язково з мінімальною та максимальною кількістю).

3. Групова дискусія «Як можна впливати на розподіл соціальних ролей у групі?».

4. Психологічна гра «Запрошення до чаю». Передаючи по колу чайну чашку, учасники повідомляють, кого саме вони хотіли б запросити до чаю. Якщо кількість запрошених обмежується одним гостем, аргументують

свій вибір: чому запрошують саме цього гостя? Потім розповідають, про що збираються запитати в нього і що хотіли б йому сказати. Рекомендації: тренеру необхідно звернути увагу на вибір кожного учасника.

5. Мозковий штурм «Моя роль в групі».
6. Форма контролю – обговорення.

XIII заняття «Кодекс майбутнього професіонала»

Мета: формування високого рівня відповідальності за обраний фах.

Хід заняття

1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації: «Самоврядування як форма управління, що ґрунтується на праві самостійного вирішення питань внутрішнього керівництва».

2. Психогімнастична вправа «Спільний рахунок». Інструкція: необхідно порахувати до 10, але робити це потрібно колективно: хтось говорить «1», інший «2», але домовлятися про порядок рахунку не можна. Якщо наступне число називають два учасники, усе починається спочатку. Розмови під час виконання вправи забороняються. Обговорення.

3. Групова дискусія «Значення мотивації та делегування повноважень».

4. Психологічна гра «Наш вибір». Інструкція: учасники об'єднуються в 2 групи за допомогою квіток, обирають спікера, який буде презентувати роботу. Зробити презентацію «Наш вибір». Після виконаної вправи потрібно зробити висновок.

5. Творчо-аналітична вправа (робота в малих групах): розробити «Кодекс майбутнього професіонала».

6. Форма контролю – обговорення.

XIV заняття «Команда як єдине ціле»

Мета: освоєння психологічних прийомів поліпшення взаємин у групі, формування навичок роботи в команді.

Хід заняття

1. Мінілекція з використанням мультимедійної презентації «Команда, її сутність та особливості розвитку».

2. Психогімнастична вправа «Зв'язування групи». Інструкція: група стоїть у колоні по одному, у лівій руці в кожного протягнутий уздовж групи тонкий канат. Учасникам дається завдання щільно скрутитися за годинниковою стрілкою в «рулет», після чого тренер обв'язує групу кінцем, який залишився на рівні пояса. У такому стані групу просять переміщатися по приміщенню за траєкторією, що задається тренером. Іноді дається додаткове завдання: у процесі переміщення кожен з учасників говорить три цікаві факти про себе, а після завершення вправи інші учасники згадують ці факти. Тренеру варто уважно стежити за траєкторією руху групи, щоб уникнути зіткнення учасників із нерухомими предметами.

3. Групова дискусія «Як вибудувати ефективну команду?».

4. Психологічна гра «П'єса й актори». Інструкція: колектив необхідно розподілити на 4 групи, у кожній із яких має бути не менше, ніж 4 особи: перша команда – «сценаристи»; друга – «режисери»; третя – «актори»; четверта – «критики».

Усім учасникам дається одне завдання – створити й поставити таку п'єсу, яка влаштувала б усіх за всіма показниками (заголовок, зміст, вибір акторів). «Автори сценарію» пишуть 1-й акт, віддають на затвердження «критикам», потім текст отримують «режисери», які і проводять репетиції п'єси з «акторами». У цей момент «сценаристи» пишуть уже другий і третій акти. Після повної готовності п'єси «актори» починають грати, а інші учасники сідають у «залі».

Запитання для обговорення:

1. Наскільки влаштував вас отриманий результат?
2. Що не вийшло?
3. Наскільки просто або важко було працювати в команді?
4. З ким було найпростіше співпрацювати й чому?

5. Домашнє завдання: «Теоретико-методологічний аналіз поняття «корпоративна культура». Інструкція: учасникам пропонується перелік визначень поняття «корпоративна культура», складений тренером на основі літературних джерел [1; 2; 18; 35]. Учасники опрацьовують їх та формулюють такі висновки:

а) спільні та відмінні аспекти у визначеннях поняття «корпоративна культура»;

б) найбільш вдале визначення (обов'язковим є наведення аргументів).

6. Форма контролю – обговорення.

XV заняття «Підсумкове»

Мета: рефлексія, узагальнення та формування висновків.

Хід заняття

1. Групова дискусія «Підсумки навчання». Заповнення анкети, обговорення результатів, обмін досвідом із реалізації набутих навичок.

2. Психологічна гра «Подарунки». Інструкція: 1. Імена всіх учасників пишуть на листочках і кладуть у коробку. 2. Учасники витягують чиєсь ім'я (не своє). Їм надається час, щоби вигадати подарунок, який би вони подарували цій людині. 3. Кожному надається можливість представити й подарувати уявний подарунок іншому учаснику тренінгу.

3. Форма контролю – обговорення та анкетування.