

ЧИННИКИ СТАНОВЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

FACTORS FOR FORMING THE CORPORATE CULTURE OF FUTURE SPECIALISTS

У статті проаналізовано чинники становлення корпоративної культури майбутніх фахівців. Розглянуто наукові підходи вчених щодо визначення поняття «культура» та «корпоративна культура», які досліджують корпоративну культуру особистості, і накопичили цінні емпіричні й теоретичні дані про її становлення, проте, нами було визначено, що 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 корпоративної культури 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.

На основі проведеного дослідження зроблені висновки: корпоративна культура фахівця включає ядерний (когнітивний, ціннісно-смісловий) та поверховий (поведінковий) компоненти.

Серед зовнішніх чинників становлення корпоративної культури майбутніх фахівців в процесі навчання у вищих закладах освіти провідним є вплив освітнього середовища, який у свою чергу, відображає особливості національної, економічної, правової професійної та інших культур вищого порядку. Серед внутрішніх виників, що визначають вплив корпоративної культури університету на особистість студента, слід відзначити суб'єктивність та сформований на попередніх життєвих етапах рівень власної психологічної культури.

Ключові слова: культура, корпоративна культура, майбутні фахівці, заклад вищої освіти, чинники.

The article analyzes the factors of formation of the corporate culture of future specialists. The scientific approaches of scientists to the definition of the concepts of "culture" and "corporate culture", which investigate the corporate culture of an individual, were considered and valuable empirical and theoretical data on its formation were collected, however, we determined that the existing concepts lack systematicity and depth in the psychological aspect. In turn, without a proper theoretical and methodological basis, understanding of the essence of the investigated phenomenon, these searches remain chaotic. The lack of a single unified and clear definition makes it impossible to operationalize this concept in scientific research. Educators who make this the subject of their research use questionnaires as methods of measuring the level of development of the corporate culture of students, which each author fills in with different content depending on their own vision of the CC phenomenon. Unfortunately, the proposed programs for the development of students' culture are often not based on reliable empirical research, psychological knowledge about the nature of this phenomenon and the factors influencing it.

On the basis of the conducted research, the conclusions were drawn: the corporate culture of a specialist includes core (cognitive, value-semantic) and superficial (behavioral) components.

Among the external factors of the formation of the corporate culture of future specialists in the process of training in higher education institutions, the leading one is the influence of the educational environment, which, in turn, reflects the peculiarities of national, economic, legal, professional and other cultures of a higher order. Among the internal factors that determine the impact of the university's corporate culture on the student's personality, one should note subjectivity and the level of one's own psychological culture formed at previous life stages.

Key words: culture, corporate culture, future specialists, higher education institution, factors.

УДК 378:005.35+159.923
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2022.40.27>

Некрасов А. Є.

аспірант кафедри загальної психології та психотерапії
Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

Вступ. Корпоративна культура (далі – КК) є однією з форм суспільної культури, яка існує згідно із загальними законами її формування та розвитку. Разом з тим, вона має власну специфіку, обумовлену професійною діяльністю й організаційним середовищем. В межах конкретної організації культура включає в себе комплекс переконань (уявлень), цінностей та засвоєних способів вирішення типових проблем, що склався протягом історії існування групи та проявляється в різних матеріальних формах, соціальній поведінці та світогляді членів організації. Як і суспільна культура, КК може вивчатися на надіндивідуальному (гру-

повому, соціальному) та індивідуальному рівнях. Особистість фахівця є водночас об'єктом і суб'єктом корпоративної культури.

Крім того, 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.

Подальший розвиток корпоративних цінностей зумовлює необхідність мобілізації її психологічних чинників: ціннісно-світоглядних, пове-

дінкових, освітньо-традиційних та інноваційних підходів, що виступають змістовними компонентами корпоративної культури і є її функціональними складовими. Таким чином, за своїми завданнями вони виступають психологічними умовами розвитку культури корпорації.

Аналіз досліджень і публікацій. Значна кількість зарубіжних та вітчизняних вчених, а саме: М. Баб'як, К. Бровко, Н. Гавкалова, Р. Геллегер, К. Камерон, І. Мажура, Л. Орбан-Лембрик, В. Співак, О. Кузьмін займалися вивченням основних аспектів становлення та розвитку корпоративної культури. У наукових працях зазначених науковців обґрунтовано сутність корпоративної культури та описано її структуру, розглянуто чинники впливу на корпоративну культуру тощо.

Таким чином, проведений детальний аналіз досліджень зазначених вчених дозволив виявити, що недостатньо вивчено чинники становлення корпоративної культури майбутніх фахівців.

Мета статті – проаналізувати чинники становлення корпоративної культури майбутніх фахівців.

Виклад основного матеріалу дослідження. З метою вивчення основних чинників становлення корпоративної культури майбутніх фахівців необхідно проаналізувати наукові погляди вчених, щодо визначення поняття «культура» та «корпоративна культура».

Так, в працях Л. Е. Орбан-Лембрик культура розглядається як компонент структури особистості – її соціально-психологічні особливості (на відміну від фізіологічних особливостей та темпераменту). «Культура особистості є сукупністю соціальних норм і цінностей, якими індивід керується в процесі практичної діяльності, реалізуючи свої потреби та інтереси» [6, с. 111]. Соціально-психологічні властивості особистості проявляються її життєвій позиції, світоглядних установах, переконаннях, інтересах, вольовій активності, ціннісному ставленні до політичних, економічних, й інших культурно-обумовлених явищ і процесів. В соціально-психологічній літературі культура особистості розглядається переважно в національному або етнічному контексті, проте ті самі закономірності стосуються її професійної реалізації в організаційному середовищі.

Так, інші вчені Л. Співак [9] та В. Тернопільська [11] відзначають, що культура є водночас як соціальним, так психологічним (особистісним) конструктом, оскільки вона існує в кожній людині. В антропологічному і соціологічному плані це макроконцепт, в психологічному – індивідуальний конструкт. Як соціальний феномен культура має власне життя і за допомогою зворотного зв'язку посилює поведінку, яку програмує: розуміння культури посилює її, нерозуміння послаблює. Крім того,

В. Співак відзначає, що в людському існуванні не буває відсутності культури, можна говорити тільки про різні рівні розвитку тих чи інших її аспектів та знаходити пояснення цим відмінностям [9, с. 16].

В. Тернопільська розглядає соціально-комунікативну культуру учнів як інтегральне особистісне утворення, що характеризує засвоєння культурних норм, цінностей, моделей поведінки прийнятих у соціумі та забезпечує можливість здійснення суб'єкт-суб'єктної взаємодії, адаптацію і самореалізацію особистості в суспільстві. Нестача соціально-комунікативної культури, зокрема в юнацькому віці, спричиняє складнощі навчання в освітньо-професійних закладах, а згодом нездатність долучатися до активної та конкурентної участі у професійно-трудоій діяльності [11].

О. Папченко та Е. Помігуєва відзначають, що інтелектуально-компетентні засади професіоналізму формуються освітою, а культура спеціаліста розвивається через практичний досвід. Щоб мати узгоджені цілі та впроваджувати оригінальні творчі ідеї, недостатньо орієнтуватися лише на актуальні потреби суспільства – треба розуміти закони та динаміку розвитку конкретного соціуму, прогнозувати його майбутнє. Чим вище місце у професійній піраміді займає фахівець, тим істотніший вплив прийнятих ним рішень на організацію, спосіб і якість життя, освіту та ціннісні пріоритети. Це означає, що власне професійної компетентності може виявитися недостатньо, необхідна соціальна компетентність, яка є передумовою професійної культури фахівця [7, с. 3].

Увага дослідників до проблеми КК студентів обумовлена тим, що при входженні до трудового колективу випускники університетів часто відчують труднощі в адаптації на робочому місці, засвоєнні цінностей, норм і правил поведінки, прийнятих в організації. Найчастіше вони не готові працювати в команді, будувати міжособистісну комунікацію, відповідати за результати своєї праці та спільної діяльності, що негативно позначається на загальній ефективності роботи підприємства та його продуктивності. Освоюючи корпоративну культуру навчального закладу, студенти згодом набагато легше і швидше проходять професійну адаптацію у трудовому колективі, досягаючи особливості корпоративної культури нової організації [12, с. 16].

М. Іонцева вважає, що ефективною КК університету вважати лише тоді, коли вона забезпечує вплив на структурні елементи особистості, що лежать в основі ефективної 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» [3]. Серед особистісних змін, найбільш значущими показниками, що забезпечують успішність адаптації випускника до професійної діяльності, дослідниця називає: відношення до діяльності (привабливість навчання, майбутньої професії), структура цінностей, продуктивна для майбутньої фахової діяльності, структура мотивації з переважанням внутрішніх спонукань до праці, ставлення до закладу вищої освіти та колективу: значущість відносин, сформованих в організації, готовність в майбутньому мати стосунки з університетом, випускаючою кафедрою, викладачами, давати високу оцінку своєму вишу; доросла професійна позиція, адекватне сприйняття переваг та негараздів майбутньої професії.

Ці параметри можуть розглядатися як діагностичні виміри КК студентів. Іншими важливими цілями, які мають досягатися за допомогою КК університету, є швидкість та якість засвоєння знань, формування соціальної позиції студента, а також певна задоволеність від самого процесу навчання та інших форм діяльності у закладі вищої освіти.

Основним чинником, що забезпечує вплив КК на розвиток особистості, виступає включеність студентів в навчально-професійну діяльність. Саме групові форми навчання та взаємодії здатні змінювати структуру мотивації, формувати ціннісні орієнтації. За умови ефективного функціонування системи внутрішньо-корпоративних зв'язків та інформування, забезпечується можливість формування адекватної картини соціальної реальності, пов'язаної з майбутньою професійною діяльністю [3]. Отже, КК університету можна використовувати як ефективний інструмент розвитку особистості студентів, що забезпечує їх професійну адаптацію та соціалізацію в суспільстві.

Дослідниця виділяє стадії перебування у закладі вищої освіти та відповідні типи студентів, що відрізняються один від одного структурою мотивації, ступенем інтеріоризації елементів КК і характером власного впливу на культуру вишу.

1) Студент-адаптапт (першокурсник) має структуру мотивації, відмінну від професійно адаптованої структури, слабо уявляє цінності організації, правила та схвалені зразки поведінки, і, загалом, має мало спільного з КК.

2) Студент середніх курсів, добре адаптований до вишу, але ще не адаптований професійно. В процесі навчання формуються не тільки фахові знання та навички, але особистісні структури: цінності, мотивація, тощо.

3) Студент-випускник, добре адаптований до закладу вищої освіти та майбутньої професійної діяльності, орієнтований більшою мірою не на навчання, а на роботу (часто вже десь працює). Адаптація студентів старших курсів

до майбутньої діяльності за фахом передбачає включення у професійне середовище, формування відносин із членами профспільноти, професійними організаціями (через участь у конференціях, навчальну практику, роботу зі спеціальності), самовизначення в професії та пошук відповідної роботи.

Ці стадії має послідовно пройти студент у процесі професійної соціалізації. М. Іонцева відзначає, що описані типи є ідеальними; в реальності студент випускного курсу може все ще бути адаптантом відповідно до представленої типології. Чим ефективніше корпоративна культура закладу вищої освіти, тим у вузі менша частка студентів першого типу [3]. Важливо розуміти, що взаємодія студентів з КК навчального закладу починається ще раніше – на етапі професійної орієнтації, коли абітурієнт знайомиться з зовнішнім іміджем закладу вищої освіти, формує позитивне ставлення та мотивацію до вступу саме в цей заклад.

С. Ковалевський та Л. Кошева розглядають зміст процесу формування КК студентів як роботу з формування системи цінностей, що декларуються підприємством-роботодавцем та приймаються молодим фахівцем. Відсутність у випускника здатності гармонійно поєднувати особисті якості із колективними цінностями, сприймати принципи корпоративної культури роботодавця й відповідати їм із початку своєї трудової діяльності приводить до труднощів його адаптації до практичної діяльності в ринкових умовах [4].

Л. Кошева вивчала вплив спортивної діяльності на формування корпоративної культури студентів технічних закладів вищої освіти. Важливою умовою професійної самореалізації особистості вчена вважає не тільки освоєння професійних завдань, а й характер їхньої взаємодії з принципами КК середовища. Отже, основна мета виховної роботи – формування здатності випускників закладу вищої освіти відповідати корпоративній культурі організації-роботодавця. Зокрема, в дослідженні показано, що система фізичного виховання (як спорт вищих досягнень, так і систематичні вправи адаптаційної спрямованості) здатна забезпечити розвиток особистісних якостей людини, зокрема її цільових настанов і ціннісних орієнтирів – тобто характерних ознак КК [5]. Серед корпоративних якостей випускників Л. Кошева вивчала вираженість окремих ціннісних настанов, та характер їх системних взаємозв'язків, що, на думку дослідниці, відображає здатність до адаптації в конкретному організаційному середовищі. Найвищий ранг в ціннісній ієрархії студентів має цінність «користь», яка впливає на формування інших цінностей та розглядається ся з позиції корпоративності – як основа власної ідентифікації з організацією де працює людина [5].

В кандидатській дисертації І. Шамова, проаналізовано розвиток КК студентів в освітньому середовищі. Автор виходить з того, що корпоративна культура є невід'ємним елементом організаційного простору установи та відіграє важливу роль в процесі соціальної та професійної адаптації особистості. КК закладу вищої освіти має динамічного сукупного носія, у ролі якого виступають не лише викладачі та співробітники, а й студенти, склад яких постійно змінюється. КК студентів характеризується сукупністю ціннісних уявлень, норм, правил, зразків професійної поведінки та міжособистісного спілкування, які поділяються та підтримуються більшістю. Вона проявляється в прийнятті студентами цінностей освітньої організації, посадової субординації, норм професійної етики та правил ділового етикету, а також у почутті гордості за приналежність до свого закладу, готовності дотримуватися КК у різних ситуаціях. Емпіричне дослідження, в якому прийняли участь студентів приватних та бюджетних університетів показало, що більшість молодих людей мають поверхневий рівень розвитку культури з недостатньо вираженим інтересом до оволодіння нею та підтримання корпоративних цінностей [12].

Представляють практичний інтерес компоненти освітнього середовища закладу вищої освіти, спрямовані на розвиток КК майбутніх фахівців (за І. Шамовим):

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

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

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

Подібний підхід представлений в працях К. Бровко, присвячених педагогічним технологіям формування КК студентів. Освітнє середовище університету розглядається як сукупність матеріальних, економічних та

духовно-моральних умов, які забезпечують саморозвиток, самореалізацію, самоорганізацію майбутнього фахівця. В цьому середовищі студент є суб'єктом власного професійного зростання та особистісного розвитку. Навчання дає змогу вдосконалити власні соціальні та професійні компетенції, підготуватись до продуктивної діяльності в суспільстві, всебічно реалізувати свій внутрішній потенціал. Важливою функцією культури університету є зміцнення соціального партнерства професорсько-викладацького складу та студентів, скоординоване об'єднання їх інтелектуального й духовного потенціалу [2, с. 213].

Корпоративну культуру дослідниця описує як сукупність стратегічних цінностей, які підтримуються членами певної організації для досягнення спільної мети. Вона виступає соціальним механізмом, що орієнтує індивіда до вирішення спільних завдань організації, сприяє мобілізації ініціативи й забезпечення ефективності взаємодії всіх членів означеного колективу. Відповідно, КК особистості – це інтегральне особистісне утворення, що характеризує засвоєння індивідом норм, цінностей, моделей поведінки, прийнятих у певній організації [2]. Вона передбачає вироблення лінії поведінки, яка визначатиме траєкторію діяльності суб'єкта в організаційному середовищі.

К. Бровко вважає, що компоненти КК студентів відповідають ряду особистісних характеристик: соціальна активність і готовність до взаємодії задля досягнення спільних цілей, комунікативність і вибудовування конструктивних відносин; креативність, мобільність поведінки (здатність до швидкої зміни стратегії з урахуванням обставин); емпатія, розуміння внутрішнього світу іншої людини; сформованість та стійкість соціально-моральних мотивів; толерантність щодо точки зору інших людей, відмінної від власної; вміння домовлятися. Такий широкий перелік різноманітних якостей, на нашу думку, розмиває бачення та розуміння КК особистості. Крім того, він не є універсальним щодо різних професій та сфер діяльності. В цьому контексті корисно згадати про так звані «м'які навички» (soft skills), які розглядаються в сучасному менеджменті як запорука адаптивності та важлива складова конкурентоспроможності спеціаліста: емоційний інтелект, стресостійкість, самоорганізованість, вміння аналізувати інформацію та інші якості, не пов'язані з конкретною професією.

І. Шамов та К. Бровко виділили компоненти сформованості КК студентів, що відрізняються кількісно, але мають схожий зміст, які представлені у табл. 1.

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

Критерії сформованості корпоративної культури студентів закладу вищої освіти

За І. Шамовим [12]	За К. Бровко [1]
<i>Мотиваційно-ціннісний компонент:</i> інтерес до оволодіння та підтримання КК закладу вищої освіти, 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.

І. Сняданко звертає увагу на організаційну культуру студентської групи, яка може здійснювати позитивний або негативний вплив на кожного члена (залежно від того, які цінності та норми встановлені у групі) [8]. Студентська група розглядається як тимчасовий колектив, що має спільні цілі діяльності. У ній формується власна система цінностей, що, у свою чергу, породжує норми поведінки та санкції. Наявність цих феноменів дає можливість аналізувати організаційну культуру студентської групи. Відносно КК університету вона виступає як субкультура, що формується як під впливом формальних норм і цінностей, так і під впливом неформальних, встановлених самими студентами норм, правил, цілей, цінностей та санкцій.

Крім того, студентська спільнота знаходиться під впливом молодіжної субкультури, їй властиві всі психологічні трансформації цього віку: юнаки та дівчата шукають сенс життя, друзів, кохання, самовизначаються, самостверджуються. Тому студенти, з одного боку, соціалізуються через молодіжну субкультуру, з іншого – через спільну навчальну діяльність в академічній групі. До культурних чинників підготовки до майбутньої професійної діяльності входять також чинники,

пов'язані з забезпеченням умов для навчання: з одного боку, ресурсів університету (умов проживання в гуртожитку, забезпечення літературою, професійно-технологічним обладнанням, науково-дослідними лабораторіями, базами практики), а з іншого – ресурсів самого студента, його родини. Значний вплив на ефективність професійної та психологічної підготовки студентів мають викладачі закладу вищої освіти, або ширше – особливості навчально-пізнавальної взаємодії між студентами та викладачами. Підготовка майбутніх фахівців є цілеспрямованим процесом суб'єкт-суб'єктної взаємодії з науково-педагогічними працівниками, який сприяє реалізації потенційних здібностей, особистісних та інтелектуальних можливостей студентів, спрямовує опанування ними професійних та соціальних компетенцій, самореалізації у майбутній професійній діяльності [8, с. 156]. Окрім перерахованих чинників соціо-культурного середовища вимагає уваги ситуація 2019–2022, пов'язана з соціальним дистанціюванням та переходом навчання в онлайн-формат.

В роботі М. Станіславської розглянуто вплив організаційної культури на вибір майбутнього місця роботи. Пошук роботи є одним із еле-

ментів 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 [10]. 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.

Висновки. Таким чином, в сучасному психолого-педагогічному дискурсі поняття КК особистості використовується в значенні внутрішнього регулятора організаційної поведінки: здатність усвідомлено узгоджувати власні цінності та цілі з організаційними, культурна компетентність та корпоративна ідентичність. Корпоративна культура фахівця включає ядерний (когнітивний, ціннісно-смісловий) та поверховий (поведінковий) компоненти.

Серед зовнішніх чинників становлення КК майбутніх фахівців в процесі навчання у вищих закладах освіти провідним є вплив освітнього середовища, який у свою чергу, відображає особливості національної, економічної, правової професійної та інших культур вищого порядку. Серед внутрішніх чинників, що визначають вплив КК університету на особистість студента, слід відзначити суб'єктність та сформований на попередніх життєвих етапах рівень власної психологічної культури.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бровко К. А. Змістові характеристики корпоративної культури студентів університету. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2020. Том 2. № 69. С. 42–46. DOI: <https://doi.org/10.32840/1992-5786.2020.69-2.7>
2. Бровко К. Феномен корпоративної культури особистості в контексті освітлогічних знань. *Освітлогічний дискурс*. 2017. № 3-4 (18-19). С. 213.
3. Ионцева М. В. Социально-психологические основы формирования корпоративной культуры вуза : дис. ... д. психол. наук : 19.00.05. М., 2006.
4. Ковалевський С. В., Кошева Л. В. Управління процесом формування особистісних якостей студентів. *Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту*. 2013. № 2. С. 28–33.
5. 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 / гол. ред. Г. П. Шевченко*. 2010. Вип. 3(38). С. 107–118. URL: <http://oaji.net/articles/2014/690-1396863252.pdf>
6. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: підручник : У 2 кн. Кн. 1 : Соціальна психологія особистості і спілкування. Київ : Либідь, 2004. 576 с.
7. Папченко Е. В., Помигуева Е. А. Культурологический минимум : учеб. пособ. Таганрог : Изд-во ЮФУ, 2013. 144 с.
8. 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). С. 155–159. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuPH_2014_121\(2\)_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuPH_2014_121(2)_34)
9. Спивак В. А. Корпоративная культура. СПб. : Питер, 2001. 352 с.
10. 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 с.
11. Тернопільська В. І. Культура особистості школяра: постановка проблеми. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2005. № 24. С. 130–133. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/2629/>.
12. Шамов И. В. Развитие корпоративной культуры студентов в образовательной среде вуза : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01. Казань, 2017. 23 с.