

МОТИВАЦІЙНО-УСТАНОВЧИЙ ЕТАП ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

У статті розглядаються засади формування корпоративної культури майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі на мотиваційно-установчому етапі технології. Визначена необхідність її впровадження у роботу вищих технічних навчальних закладів.

Ключові слова: технологія, корпоративна культура, вищий технічний навчальний заклад, майбутній фахівець, мотивація.

В статье рассматриваются основы формирования корпоративной культуры будущих специалистов автомобильно-дорожной отрасли на мотивационно-установочном этапе технологии. Определена необходимость ее внедрения в работу высших технических учебных заведений.

Ключевые слова: технология, корпоративная культура, высшее техническое учебное заведение, будущий специалист, мотивация.

The article deals with the bases of forming corporative culture technology of future specialists of automobile and road-building sector at its motivational and constituent stage. It is validated the necessity of the technology implementation while working at high technical universities.

Key words: technology, corporative culture, high technical universities, future specialist, motivation.

Постановка проблеми. Становлення особистості як майбутнього фахівця відбувається у процесі професійної підготовки студентів ВНЗ. Ефективність індивідуальної діяльності людини перебуває у прямій залежності від її мотиваційно-установчої сфери, що може частково компенсувати недоліки професійних якостей та нечіткої організації процесу трудової діяльності.

Діяльність викладачів повинна бути спрямована на розвиток у студентів необхідної мотивації щодо оволодіння майбутньою професією, засвоєння ними ідеалів та ціннісних установок, які мають бути сформовані в інженерів автомобільно-дорожнього профілю.

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

Окремими питаннями формування корпоративної культури майбутніх інженерів займалися І. Халітова, О. Волокоганова, Л. Столяренко. Науковці Н. Шестак, Л. Фридман, О. Гребенюк, Т. Ільїна, А. Маркова та Д. Узнадзе, Д. Аткинсон розкривають суть поняття «мотивація» та «мотив». Деякі аспекти формування у студентських спільнотах вищих навчальних закладів, зокрема технічних вишів, мотивації щодо навчання висвітлювалися О. Чижиковою, І. Мартинюком та іншими дослідниками.

Але питання мотивації щодо оволодіння майбутньою професією як одного з етапів у технології формування корпоративної культури майбутніх фахівців автомобільно-дорожнього складу раніше не розглядалося в руслі спеціальних досліджень. Тому проблема даного дослідження є актуальною з точки зору необхідності покращення підготовки майбутніх інженерів під час їх навчання у вищих технічних навчальних закладах.

Мета статті – визначити шляхи формування у студентів необхідної мотивації в оволодінні корпоративною культурою майбутньої професії.

Виклад основного матеріалу. Для визначення стану сформованості корпоративної культури студентів було проведене пілотажне дослідження, в якому брали участь 387 студентів різних технічних ВНЗ м. Харкова. Зокрема, за результатами анкетування, майже половина опитаних студентів чітко не усвідомлюють значущість корпоративної культури і для організації в цілому, і для кожного її окремого представника. Майбутні інженери не бачили сенсу в цілеспрямованому формуванні корпоративної культури у студентів ВНЗ, не сприймали її як важливу суспільну чи індивідуальну цінність. За даними пілотажного дослідження встановлено, що тільки 3,6 % студентів виявили

активний інтерес до проблеми корпоративної культури та визнали, що її формування у майбутніх фахівців є актуальною потребою сьогодення.

Отже, дані пілотажного дослідження засвідчили недостатній рівень сформованості у студентів мотивації щодо оволодіння корпоративною культурою. Проте, як доведено науковцями (В. Петрук, В. Томілов та ін.), стан сформованості корпоративної культури в майбутніх інженерів значною мірою залежить від наявності в них відповідних мотивів, цілей та ціннісних установок. Тому визначено, що першим етапом технології формування корпоративної культури має бути мотиваційно-установчий етап.

Розкриємо призначення цього етапу більш докладно. Зокрема, як свідчить аналіз наукової літератури, автори пропонують різні визначення терміну «мотивація». Наприклад, у словниках та енциклопедіях мотивація визначається як: складне явище людської психіки, спонукання до діяльності, що пов'язане із задоволенням потреб суб'єкта; спонукання, що викликають активність організму і що визначають її спрямованість; сукупність різних спонукань: мотивів, потреб, інтересів, прагнень, цілей, потягів, мотиваційних установок або диспозицій, що в найбільш широкому сенсі має на увазі детермінацію поведінки.

О. Гребенюк, розглядаючи мотивацію як сукупність усіх чинників, механізмів і процесів, які направляють поведінку на задоволення потреб особистості [3, с. 153]. Т. Ільїна вважає мотив внутрішнім спонуканням до діяльності, що задовольняє об'єктивні потреби та інтереси людини [4, с. 223]. Н. Шестак розглядає мотивацію у вигляді системи, що складається із взаємопов'язаних і супідрядних мотивів діяльності особистості та виступає свідомим визначаючим фактором поведінки особистості. При цьому мотив виступає як причина вибору дій та вчинків [7, с. 46].

У педагогічній енциклопедії мотив розглядається як «спонукальна діяльність, життя суб'єкта, що складаються під впливом умов і є визначальними напрямками його активності». Причому, в ролі мотивів можуть виступати потреби, інтереси, потяги, емоції, установки, ідеали тощо.

Для здійснення продуктивної трудової діяльності фахівець має відчувати відповідну потребу, що буде стимулювати формування в нього відповідних мотивів та установок. Зокрема, Д. Узнадзе вважає потребу основним джерелом

активної діяльності, бо при її відсутності немає місця і для прояву активності [6]. У руслі цього важливо зауважити, що успішність формування та розвитку корпоративної культури майбутнього фахівця значною мірою зумовлена станом його мотивації.

Як підкреслюється в науковій літературі, визначення й реалізація різних способів впливу на розвиток в особистості мотивації може успішно відбуватися тільки на основі постійного вивчення її стану. Зокрема, науковці відзначають, що професійно-мотиваційна сфера майбутнього фахівця включає такі структурні елементи:

- трудове покликання – потяг до певної трудової діяльності, що спирається на знання про її призначення;
- трудові наміри – усвідомлене ставлення до певного виду трудової діяльності;
- вироблені суспільством і визнані особистістю ціннісні орієнтації у професійній діяльності;
- мотиви професійної діяльності, внутрішні спонукання, що впливають на професійну орієнтацію особистості;
- професійні намагання досягти певного рівня професійної діяльності;
- професійні очікування успіхів у сфері своєї професійної діяльності.

О. Гребенюк, А. Маркова, Д. Узнадзе наголошують на важливості розуміння та постійного вдосконалення професійно-мотиваційної сфери майбутнього фахівця як важливої передумови підвищення професіоналізму його майбутньої трудової діяльності. Дослідники одностайно погоджуються з тим, що для майбутніх професіоналів навчання повинно набувати життєвого сенсу, що спрямувало б їх на професійне самовизначення, життєве самоствердження та розвиток своїх потенційних можливостей.

Важливе значення також має емоційний стан для саморозвитку й самоактуалізації студентів, підтримання психологічного клімату у колективі, який би сприяв розвитку в особистості допитливості. В науковій літературі відмічається значний вплив позитивних емоцій саме на підвищення результатів педагогічного процесу й, зокрема, формування корпоративної культури майбутніх фахівців. Адже ефективність цього процесу значною мірою залежить від зацікавленості

студентів у своїй подальшій трудовій діяльності, що проявляється в особливостях визначених ними для себе правил, норм поведінки, основних цінностях.

Також слід відзначити, що професійно-мотиваційна сфера особистості містить два основних складника: зовнішню й внутрішню мотивацію. Так, зовнішня мотивація характеризується стимулюванням прагнення людини набути нові знання, вміння й навички, необхідні їй у професійній сфері й у повсякденному житті. У цьому контексті, усвідомлення та сприйняття особистістю ролі корпоративної культури сприяють підвищенню бажання оволодіти цими знаннями про її цінності та визначені норми поведінки.

У свою чергу, внутрішня мотивація включає:

- пізнавальний інтерес, що ґрунтується на інтересі студентів до змісту майбутньої професійної діяльності (намагання пізнання нового, корисного та необхідного) та процесі пізнавальних дій;
- мотиви досягнення, в основу яких, за словами Д. Аткинсона [1], покладене прагнення людини до успіху й уникнення невдач (це можуть бути широкі соціальні мотиви, мотиви самовизначення, самовдосконалення, вузькокорисні мотиви й негативні мотиви).

Формування у студентів навчальної мотивації є відповідальним етапом у діяльності викладача. Адже глибина, міцність, емоційна яскравість особистісної мотивації забезпечує підвищення навчально-пізнавальних дій майбутніх фахівців і надає конкретної спрямованості їхній діяльності. Тоді як Ю. Бабанський підкреслює, що мотиваційний аспект є важливим в усіх видах освітньої діяльності людини [2], що дозволяє розглядати розвиток мотивації як один із важливих напрямів у формуванні корпоративної культури фахівця.

Важливо, що формування вказаної культури має орієнтуватися спочатку на розвиток у майбутніх фахівців мотивації навчально-пізнавальних дій, а вже у другу чергу – на мотивацію досягнень. Це пояснюється тим, що під час розвитку мотивації навчально-пізнавальних дій основна увага суб'єктів педагогічної взаємодії зосереджується на змісті та сенсі корпоративної культури, а у випадку мотивації досягнень – тільки на кінцевому результаті процесу її формування.

Крім того, якщо взяти до уваги значні розбіжності в компаніях, що стають місцем майбутньої трудової діяльності студентів, то забезпечення усвідомлення

студентами важливості засвоєння корпоративної культури своєї професійної спільноти, розвитку в них прагнення засвоїти правила та норми корпоративної культури конкретної компанії є необхідною передумовою для успішного входження їх в новий колектив.

Як уже вказувалося, комплекс мотивів проявляється через інтерес. У процесі проведення дослідження встановлено, що в науковій літературі пропонуються різні підходи до тлумачення цього поняття, відповідно до яких інтерес визначається, зокрема, як форма емоційного виявлення потреб особистості; як активна спрямованість людини на об'єкт або явище, пов'язане з позитивним емоційним ставленням; як форма прояву пізнавальних потреб, що забезпечують усвідомлення цілей діяльності.

У нашому дослідженні інтерес можна визначити як форму прояву потреб і детермінування мотивів діяльності. Поява інтересу студентів до формування корпоративної культури пов'язана з інтенсифікацією культурного вдосконалення особистості, закріпленням і розвитком знань та навичок, набутих впродовж цього процесу.

Важливо також відзначити, що перший етап розробленої технології формування корпоративної культури майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі пов'язаний із забезпеченням свідомого сприйняття та прийняття студентами існуючої системи цінностей і переконань даного вищого навчального закладу, а також відповідної професійної спільноти в цілому, оволодінням майбутніми фахівцями встановленими правилами поведінки, формами й нормами здійснення діяльності. Визначені корпоративні цінності мають обов'язково узгоджуватися із загальнолюдськими цінностями, які є загальними критеріями для поведінки людини в соціумі.

Слід також звернути увагу на той факт, що ідентифікація студентів з основними корпоративними цінностями допомагає їм на молодших курсах легше пережити ті психологічні труднощі, які з'являються в них у процесі адаптації до умов навчання в новому для них освітньому закладі. Водночас у студентів формується впевненість у позитивному впливі цих цінностей на їхню навчальну діяльність і взагалі на їхнє життя.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, на основі

вищевикладеного можна підсумувати, що мотиваційно-установчий етап, який забезпечує розвиток у студентів необхідної мотивації щодо оволодіння майбутньою професією, засвоєння ними ідеалів, ціннісних установок, що мають бути сформовані в інженерів зазначеного профілю, є об'єктивно необхідним етапом у технології формування корпоративної культури майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі.

При забезпеченні грамотної педагогічної підтримки з боку викладачів майбутні фахівці починають сприймати, а згодом і поділяти корпоративні цінності, які є загальноприйнятими в середовищі конкретного вищого технічного закладу освіти та забезпечують позитивне ставлення студента до майбутньої професії, усвідомлення ним значущості ролі автомобільної промисловості в економічному розвитку країни та необхідності покращення шляхів дорожнього сполучення, стимулюють прояв гордості за належність до відповідної професійної спільноти та прагнення до постійного професійного самовдосконалення. У подальшому планується шукати додаткові шляхи мотивації студентів у цьому напрямку.

Література

- 1 Аткинсон Д. Мотивация и достижения личности / Д. Аткинсон // Мотивация и деятельность. – СПб. : Питер, 2003. – С. 231-298.
- 2 Бабанский Ю. К. Рациональная организация учебной деятельности / Ю. К. Бабанский // Новое в жизни, науке, технике. – Серия «Педагогика и психология». – № 3. – М. : Знание, 1981 – 96 с.
- 3 Гребенюк О. С. Общие основы педагогики : учебник для студ. высших учебных заведений / О. С. Гребенюк, М. И. Рожков. – М. : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. – 160 с.
- 4 Ильина Т. А. Педагогика : курс лекций : [учеб. пособие для студентов пед. вузов] / Т. А. Ильина. – М. : Просвещение, 1984. – 496 с.
- 5 Маркова А. К. Формирование мотивации учения : книга для учителя / А. К. Маркова, Т. А. Матис, А. Б. Орлов. – М. : Просвещение, 1990. – 192 с.
- 6 Узнадзе Д. Н. Экспериментальные основы психологии установки / Д. Н. Узнадзе. – Тбилиси : АН Груз. ССР, 1961. – 210 с.
- 7 Шестак Н. В. Высшая школа : технология обучения / Н. В. Шестак. – М.:

Вузовская книга, 2000. – 80 с.