

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ САМОСВІДОМОСТІ ВИКЛАДАЧІВ І ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ

Бугаєвська Ю.В.

*кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри українознавства*

*Харківського національного автомобільно-дорожнього університету,
м. Харків, Україна*

Професійне становлення особистості розпочинається ще під час її навчання у вищій школі. Тому виникає можливість у процесі здійснення професійної підготовки поступово залучати майбутніх фахівців до опанування визначеними нормами, правилами, цінностями, що складають підґрунтя корпоративної культури представників конкретної професії.

Науково-технічний прогрес і підвищення вимог до підготовки майбутніх фахівців теж вимагає від вищих навчальних закладів змінення акценту своєї діяльності та використання нових методів організації навчання студентів, поліпшення їхньої підготовки до трудової діяльності в нових умовах, засвоєння ними різних аспектів корпоративної культури своєї професійної спільноти.

За допомогою щоденної діяльності, фізичного простору та формальних декларацій нові студенти й викладачі засвоюють сенс корпоративної культури організації, до якої вони вступили. Найпомітніші процеси повсякденної діяльності надають роботі навчального закладу більш передбачуваний та організований характер, усуваючи неточності та неясності.

У свою чергу, це вимагає від закладу освіти розробки двох основних стратегій: зовнішньої, що забезпечує його презентабельність, зміцнення позитивного іміджу, та внутрішньої, що спрямована на підтримання висококультурних зразків фахової діяльності та прояву професійної етики.

Про сформованість у ЗВО корпоративної культури свідчить наявність у ньому:

- сукупності сталих переконань, цінностей, прийнятого кодексу правил поведінки, ритуалів, які поділяють всі студенти та працівники освітнього закладу;

- стабільності духовного та матеріального життя колективу, досягнень визначених стандартів якості всіх видів роботи;

- чітко визначеної системи матеріальних і духовних цінностей, специфічних проявів, що відбивають особливості конкретного ЗВО та його імідж тощо.

Корпоративна культура навчального закладу проявляється також у забезпеченні спрямованості зусиль усіх співробітників на організацію ефективної спільної діяльності та реалізацію його місії через засвоєння професійних (корпоративних) цінностей і норм, інтеріоризацію (прийняття) цілей, стратегії та засобів її здійснення. Особливо важливою корпоративною цінністю ЗВО є належність до членства в ньому, відчуття у студентів, викладачів та інших працівників гордості за нього.

Корпоративна культура є не тільки підґрунтям для інтеграції всіх працівників закладу вищої освіти, підвищення якості управління на всіх рівнях, але й поліпшення якості навчально-виховного процесу через розвиток соціально-професійної активності й корпоративної самосвідомості студентів і викладачів, стимулом для активного впровадження інноваційних освітніх технологій, що позитивно впливає на професійну готовність майбутніх фахівців.

Корпоративна культура вищого навчального закладу диктує колективу відповідні норми та правила поведінки. До того ж, зведення цих норм і правил, стандарти взаємовідносин між співробітниками та керівництвом, як правило, задекларовані в ділових кодексах установи.

Процес формування у студентів корпоративної культури має займати гідне місце в навчально-виховному процесі сучасного ЗВО. Причому, випускник навчального закладу повинен, з одного боку, вміти швидко інтегруватися до робочого колективу тієї організації, куди він прийде працювати, опанувати його загальні цінності та норми, а з іншого – бути спроможним зберегти свою індивідуальну самобутність.

Тому сформована у вищій школі корпоративна культура має стати певним підґрунтям для подальшого професійного й особистісного розвитку людини в межах певної професійної спільноти.

Загалом перед ЗВО постає важливе завдання щодо забезпечення виховання кожного студента як самостійної, відповідальної, ініціативної особистості, котра оволоділа основами корпоративної культури та здатна успішно розбудовувати свою професійну кар'єру. Оскільки такі випускники швидше адаптуються до умов роботи в організації, сучасні роботодавці саме їм віддають перевагу при прийомі на роботу.

У сучасних умовах реформування системи вищої професійної освіти основною її метою є підготовка висококваліфікованих, конкурентоспроможних на ринку праці фахівців, здатних ефективно виконувати свої професійні обов'язки. Успішність адаптації випускників ЗВО залежить не тільки від стану їхньої фахової готовності, але й готовності залучитися до корпоративної культури організації, де вони планують працювати після закінчення навчання. Як наслідок, професійна готовність майбутніх фахівців значною мірою визначається рівнем опанування ними основами корпоративної культури представників певної професії.

Формування корпоративної культури майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі у процесі професійної підготовки забезпечується технологією, що передбачає засвоєння студентами професійно необхідних знань, умінь, особистісних якостей, а також визначених в обраній професійній діяльності цінностей, ідеалів та еталонів поведінки.

Отже, важливо відзначити, що не тільки в кожній окремій організації, але й у межах будь-якої конкретної професійної спільноти діють зумовлені специфікою професійної діяльності й посадовими обов'язками специфічні інваріанти провідних фахових цінностей, норм та правил ділової взаємодії між працівниками, які мають бути ними засвоєні. Це дозволяє говорити про корпоративну культуру представників окремої професійної галузі.