

## FORMATION OF FUTURE ENGINEERS' PROFESSIONAL IDEALS IN THE PROCESS OF EDUCATIONAL WORK AT THE TECHNICAL UNIVERSITY

*N. V. Sayenko*

In the article the role of professional ideal in the formation of the future engineer's personality is determined. The ways of creating the educational environment at the technical university that helps to achieve spiritual and moral ideals of the specialists in engineering are characterized.

**Key words:** professional ideal, future engineer, educational environment, methods of forming the consciousness.

**Саєнко Наталія Віталіївна** – доктор педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри іноземних мов № 2 Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (м. Харків, Україна)

**Sayenko Nataliya Vitaliyivna** – Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of the Chair of Foreign Languages # 2 of Kharkiv National Automobile and Highway University

E-mail: [nvsayenko@mail.ru](mailto:nvsayenko@mail.ru)

*Рецензент – доктор педагогічних наук, професор А. І. Дзундза*

*Reviewer – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor A. I. Dzundza*

УДК 374.311.24/37.013.43(1-73)

## ЛІДЕР ЯК СУБ'ЄКТ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

**Р. В. Сопівник**

*У статті розкрито сутність та особливості виникнення корпоративної культури. Висвітлено її змістові елементи (цінності, переконання, моральні норми, ділова етика, стиль управління, способи прийняття рішень, комунікація, мотивація). З'ясовано значення корпоративної культури для досягнення успіху організації. Визначено роль лідерства у її становленні, формуванні та управлінні.*

**Ключові слова:** лідер, лідерство, культура, корпоративна культура, організація.

Останнім часом спостерігається поживлення наукових дискусій щодо знаходження ефективних методів та способів здійснення управлінської діяльності з метою поліпшення функціонування підприємств та організацій, підвищення їх ефективності. Побуває теза, що кадри вирішують все. Проте для досягнення успіху підприємства однієї кваліфікації чи професіоналізму працівника на сьогодні замало. Враховуючи те, що результат діяльності організації має прямий зв'язок із кадровими ресурсами, важливим є забезпечення продуктивної взаємодії між працівниками, прихильного ставлення до керівництва і прийнятих ним управлінських рішень, адже втілення ідей неможливе без схвалення працівників – безпосередніх виконавців, усвідомлення кожним виконавцем своєї ролі у колективі та забезпеченні функціонування організації, дотримання встановлених норм поведінки, сповідування цінностей організації, ставлення до неї як до свого дому. В зв'язку із цим виникає необхідність у формуванні корпоративної культури. Адже чим вищий її рівень, тим вищий рівень конкурентоспроможності організації, тим меншу потребу матиме персонал у регламентації виробничих завдань. Одним із суб'єктів створення такої культури є лідер, який може бути неформальним або уособлюватися в особистості керівника, менеджера.

У працях зарубіжних і вітчизняних авторів (Т. Пітерс, Ф. Герцберг, Е. Шейн, В. Співак, Г. Назарова, Н. Пітель, В. Кислинська) висвітлюються питання сутності, рівнів корпоративної культури, її значення в умовах глобалізації, забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Проте недостатньо розробленим залишається питання ролі суб'єктів формування корпоративної культури, зокрема, лідера.

Мета статті: розкрити суть і значення поняття «корпоративна культура», висвітлити її складові та визначити роль лідера у формуванні корпоративної культури.

Корпоративна культура тісно пов'язана із теоріями менеджменту, які обґрунтовують роль працівників у досягненні успіху організації та акцентують увагу на мотивації персоналу. Ще у XIX- на початку XX століття вченими обґрунтовано необхідність мотиваційної функції персоналу, оскільки від цього безпосередньо залежить добробут підприємства. Так, Р. Оуен наголошував на відповідальності за підготовку працівників, пропонував в якості стимулу запровадити для персоналу спорудження будинків зі сприятливими умовами життя; Дж. С. Мілль,

Ф. Халсі, Ф. У. Тейлор, Ф. Гілберт обґрунтовували стимулювання високою заробітною платою; В. С. Джевонс пропагував ідею вивчення різних мотиваційних впливів на робітника.

Неабияку роль відіграла в цьому «школа людських стосунків» (Е. Мейо), в якій вперше враховано і обґрунтовано людський чинник виробництва і на чільне місце поставлено членів організації, створення методів управління поведінкою людей в організації, гуманізація праці, виховання і навчання робітників та управління на основі авторитету, створення сприятливого психологічного мікроклімату в колективі.

Корпоративну культуру пов'язують із теорією організаційної культури, яка виникла у 90-х роках ХХ століття в Японії. Відповідно до цього підприємство розглядається як складний організм, а основою його життєздатності є організаційна культура – все те, заради чого люди стали членами цієї організації, їхні стосунки, норми, принципи життя і діяльності організації. Корпоративна культура не лише відрізняє між собою підприємства, а також забезпечує їхню успішність і ефективність, використовується як потужний інструмент управління. Наприклад, японська модель менеджменту, яка базується на гаслі «Ми всі – одна сім'я», спрямована на формування єдності, розуміння працівників та менеджерів, передбачає ідентифікацію працівника з фірмою, що реалізується через довгостроковий найм, кар'єрний ріст, соціальні гарантії, мотивацію за допомогою матеріальних і духовних стимулів [5, с. 22-23].

Існує багато визначень поняття «корпоративна культура». Характеризуючи її сутність, науковці використовують такі терміни, як «фірмова культура», «культура організації», «організаційна культура».

Ми будемо виходити із визначення, що корпоративна культура – це система цінностей та переконань, спрямована на передбачення поведінки кожного працівника, обумовлює характер життєдіяльності організації, виступає способом і засобом створення організації, яка самостійно розвивається [3].

Зміст корпоративної культури складають такі елементи:

- загальні для співробітників компанії цінності,
- переконання і норми, які відображаються у формі символів, переказів, девізів та церемоній [7];
- моральні принципи й ділова етика;
- методи мотивації працівників;
- організація праці й способи контролю;

- стиль керівництва;
- шляхи вирішення конфліктів;
- способи прийняття рішень;
- комунікації [2].

Корпоративна культура є візиткою кожного підприємства, організації, компанії у бізнесовому середовищі. У науково-освітньому просторі корпоративна культура виступає як система цінностей, іміджу вищих навчальних закладів, яка передбачає відповідальність кожного члена колективу один перед одним за реалізацію місії ВНЗ; наявність символіки (герб, прапор, гімн ВНЗ); традицій (відзначення свят, пам'ятних дат, відвідування концертів, виставок та інших культурно-просвітницьких заходів); побудову стосунків на засадах взаєморозуміння, співробітництва, гуманізації, етичних норм; здійснення якісної професійної підготовки, створення умов для розвитку кожного студента відповідно до нахилів і обдарованості через залучення до студентського самоврядування, клубів за інтересами, гурткової роботи, спортивних секцій та кожного співробітника чи викладача шляхом підвищення кваліфікації, педагогічної майстерності, можливості кар'єрного росту.

Корпоративна культура дозволяє і створювати порядок, і забезпечувати цілісність, і сформувати почуття причетності до організації та відданість спільній справі. Серед ознак сильної корпоративної культури можна відзначити: беззаперечний авторитет керівника, який з такою ж довірою ставиться до інших; відкриті комунікаційні канали та «доступне» керівництво; особливе значення надається співробітникам і результатам діяльності, клієнтам і якості сервісу; наявність корпоративних традицій, звичаїв тощо; почуття захопленості роботою [1].

Однак для того щоб розв'язувати проблеми культури в організації, необхідно мати не просто керівника, а керівника-лідера, здатного передбачати її майбутнє. Лідери визначають, які атрибути будуть уособлювати культуру організації, способи підтримання корпоративного іміджу на високому і водночас досяжному для співробітників рівні. Створення такої корпоративної культури є непростим завданням, тому що культура – це найконсервативніша складова будь-якої організації. Тому завдання лідера полягає в тому, щоб еволюційно впливати на ієрархію цінностей організації, розповсюджувати уявлення про майбутнє компанії за допомогою різних способів інформування з метою закріпити його у свідомості членів організації. Окрім того, лідер має докладати зусиль для

впевненості персоналу, що мета організації досягається. Це можна робити шляхом оприлюднення якихось позитивних досягнень організацією в цілому чи її структурною одиницею або навіть окремим працівником та звичайно винагороджувати за успіхи.

Лідеру притаманні високий рівень впевненості і рішучості, а також знання про характер людської природи і соціальних взаємовідносин. Завдання організації лідери можуть доносити групі в цілому або ж знайти партнерів, які з легкістю їх сприймають. В основу роботи з підлеглими покладено особистий приклад лідера, його авторитет і репутацію, а також ретельне спостереження. З цією метою сильний лідер має знаходитись постійно у полі зору робітників та навчати їх на власному прикладі, відкрито спілкуватись та будувати довірливі стосунки з працівниками. Лідер є головним носієм корпоративної культури, а колектив є своєрідним продовженням лідера. Зникнення лідера призводить до занепаду культури.

Про силу впливу лідера свідчать факти присутності у корпоративній культурі зрілих компаній певних образів, які сягають своїм корінням до перших керівників і основоположників [6, с. 198].

Лідерство як суб'єкт формування корпоративної культури ґрунтується на особистісному зростанні і добробуті людей, з якими спілкується лідер, так зване «лідерство-служіння». Такий тип лідерства обґрунтовує Бенджамін Ліхтенвальнер у Маніфесті лідерства як служіння [4]. Звідси корпоративну культуру мають формувати лідери-служителі, тобто керувати через служіння своїм підлеглим.

Корпоративна культура є стратегічним інструментом лідера організації. За його допомогою він орієнтує персонал на загальні цілі, місію організації, підвищує ініціативу персоналу, забезпечує відданість загальній справі, полегшує спілкування. Лідер привносить в організацію цінності, норми, ідеї. Підлеглі наслідують його поведінку, стиль спілкування і керівництва. Згодом означені атрибути стають традицією організації. Так формується відданість корпоративним цілям та переконанням. Корпоративну культуру лідер формує з того моменту, коли наймає персонал для втілення генерованої ним ідеї або цілей, коли налагоджує комунікацію з підлеглими, розподіляє обов'язки, тому що корпоративна культура передбачає ієрархію і делегування повноважень.

Корпоративна культура може сформуватися стихійно, без втручання лідера. Проте результат не відповідатиме стратегії і цілям організації. Тому побудова корпоративної культури, а також управління нею має бути

пріоритетним завданням лідера. Давно доведено, що дотримання системи цінностей сприяє покращенню морально-психологічного клімату колективу, його єдності, формує почуття належності до трудової спільноти, усвідомлення кожним членом колективу його неповторності і важливості для функціонування організації. Це в свою чергу підвищує рівень продуктивності праці персоналу.

#### Висновки

1. Корпоративна культура – це система цінностей та переконань, які розділяє кожен працівник фірми, корпоративні цінності і переконання детермінують поведінку члена корпорації, обумовлюють характер життєдіяльності організації, спосіб і засіб створення організаційної структури, яка динамічно розвивається.

2. Лідер як суб'єкт корпоративної культури ініціює процес її формування, нав'язуючи при цьому колективу свої власні уявлення, та здійснює управління нею шляхом використання влади, мотивації персоналу, проведення кадрової політики, офіційного проголошення місії, філософії, цінностей організації, запровадження звичаїв і традицій, комунікації з послідовниками, критику їхніх дій.

Актуальними напрямками розробки окресленої проблеми є вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду лідерства у формуванні корпоративної культури.

#### Література

1. Газета «Агробізнес сьогодні» / офіційний сайт. – Режим доступу до сайту: [agro-business.com.ua](http://agro-business.com.ua).
2. Кислинська В. О. Корпоративна культура підприємства – один із факторів його конкурентноздатності [Електронний ресурс] / В. О. Кислинська. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/CCN/Economics/10\\_kislins\\_ka%20v.o.doc.htm](http://www.rusnauka.com/CCN/Economics/10_kislins_ka%20v.o.doc.htm). – Назва з екрану.
3. Корпоративна культура [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: [http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0\\_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0). – Назва з екрану.
4. Маніфест лідерства як служіння [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kubg.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/korporatyvna-kultura-universytetu/1782-manifest-liderstva-ia-sluzhinnia.html>. – Назва з екрану.
5. Хриков Є. М. Управління навчальним закладом: навч. посіб. / Хриков Є. М. – К.: Знання, 2006. – 365 с.

6. [Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. – СПб: Питер, 2002. – 336 с.](#)
7. Шморгун Л. Г. Менеджмент організацій [Електронний ресурс] / Шморгун Л. Г. - Режим доступу: [http://pidruchniki.ws/17190512/menedzhment/korporativna\\_kultura](http://pidruchniki.ws/17190512/menedzhment/korporativna_kultura). – Назва з екрану.

## ЛИДЕР КАК СУБЪЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

**Р. В. Сопивнык**

*В статье раскрыты сущность и возникновение корпоративной культуры. Отражены ее смысловые элементы (ценности, убеждения, моральные нормы, деловая этика, стиль управления, способы принятия решений, коммуникация, мотивация). Выяснено значение корпоративной культуры для достижения успеха организации. Определена роль лидерства в ее становлении, формировании и управлении.*

**Ключевые слова:** лидер, лидерство, культура, корпоративная культура, организация.

## LEADER AS SUBJECT OF FORMING OF CORPORATE CULTURE

**R. V. Sopivnyk**

*This article deals with the nature and characteristics of the emergence of corporate culture. It deals with its content elements (values, beliefs, moral standards, business ethics, management style, methods of decision-making, communication, motivation). The value of corporate for success achievement is shown. The role of leadership in the development, forming and management is defined. It is shown that the leader as the subject of corporate culture initiates the process of its formation, thus imposing its own collective representation, and manages it through the use of power, motivation, conduct personnel policy, official proclamation of the mission, philosophy and values of the organization, implementation of customs and traditions, communication with followers, criticism of their actions.*

*It is emphasized that corporate culture appears to be the system of values and beliefs that are shared by every employee of the firm, corporate values and beliefs determine the behavior of the members of the corporation, determine the nature of life, way and means of creation of the organizational structure that is dynamic.*

**Keywords:** leader, leadership, culture, corporate culture, organization.

**Сопівник Руслан Васильович** – доктор педагогічних наук, кафедра методики навчання та управління навчальними закладами Національного університету біоресурсів і природокористування України (м. Київ, Україна)

**Sopivnyk Ruslan Vasylyovych** – Doctor of Pedagogical Sciences, Chair of Methods of Education and Management of Higher Educational Establishments of National University of Bioresources and Nature Management (Kyiv, Ukraine)

*Рецензент – доктор педагогічних наук, професор В. М. Алфімов*

*Reviewer – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor V. M. Alfimov*

УДК: 37.13.42

## **ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ЦІННОСТІ ПІКЛУВАННЯ У УЧНІВ ОСНОВНОЇ ШКОЛИ**

**А. Л. Ускова**

*У статті розглянуто сучасні педагогічні умови формування цінності піклування у школярів основної школи.*

***Ключові слова:** виховання, цінність піклування у учнів основної школи, дитяче піклування, педагогічні умови.*

З перетворенням України на незалежну державу виховання стало необхідною справою українського народу. Розширення та реформування системи освіти покликані стати основою відтворення інтелектуального, духовного потенціалу кожної особистості; національного відродження країни, її становлення як демократичної держави. На сьогодні швидкість розвитку науки спонукає освітян гнучко реагувати на зміни, як економічні так і соціальні, що можливе лише за умов розбудови навчально-виховного процесу на основі загальнолюдської моральності. Тому процес формування у учнів основної школи цінності піклування є пріоритетним, як на сьогодні. Майбутнє залежить від того, якими будуть її громадяни – майбутнє покоління, наскільки у них будуть сформовані: активна морально-життєва позиція, національна самосвідомість, готовність відповідально ставитись до життєвих позицій та цінностей.

Моральне виховання підростаючого покоління на основі формування готовності до піклування, добродіяння як осмислену проблему презентують дослідження І. Беха, Є. Бондаревської, А. Бойко, О. Докукіної, В. Москалець, Д. Пащенко, І. Підласого, О. Сухомлинської та ін.