

УДК 378:005.35+159.923

Катерина Бровко
ORCID iD 0000-0001-8572-9316

аспірант,
Київський університет імені Бориса Грінченка,
вул. Тимошенка 13 б, 04212 Київ, Україна
imhotep21@ukr.net

ФЕНОМЕН КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ В КОНТЕКСТІ ОСВІТОЛОГІЧНИХ ЗНАНЬ

У статті розкрито сутність феномену «корпоративна культура особистості» з точки зору філософії, педагогіки, психології, менеджменту управління. Визначено структурні елементи та функції корпоративної культури особистості. Охарактеризовано компоненти корпоративної культури особистості та окреслено показники її сформованості. Виявлено чинники, які впливають на процес формування корпоративної культури особистості. Представлено інформацію щодо джерел формування корпоративної культури.

Ключові слова: *індивід; корпоративна культура особистості; корпоративні цінності; організація,*

© Бровко К.А, 2017

Вступ. В сучасну епоху розвитку міжнародних зв'язків, інтеграції глобалізаційних процесів у суспільстві, система вищої освіти, що забезпечує професійну підготовку майбутніх фахівців, визнана найбільш значущим чинником сучасного культурного прогресу людства. Всі ці фактори змінюють статус освіти для держави й кожної окремої людини, вони формують ряд нових вимог до сучасної освіти та рівня освіченості майбутнього фахівця певної галузі. Інтегрований характер сучасної освіти передбачає вивчення певних проблем на стику декількох наук, а саме в міждисциплінарному вимірі, що стає запорукою якості проведеного дослідження. Відомим є і той факт, що запорукою успішного виконання поставленої місії та завдань вищої освіти є її якість. Інтеграція

української системи вищої професійної освіти у сучасний європейський простір висуває ряд високих вимог до якості підготовки фахівця. Він має бути компетентним у сфері своєї професійної діяльності, володіти високим культурним рівнем, мати належним чином сформовані моральні уявлення, цінності, ідеологічні настанови, норми й правила поведінки, світогляд. На превеликий жаль, один з найважливіших елементів, що забезпечує якість вищої освіти досить часто залишається поза увагою, а саме корпоративна культура особистості. Адже саме вона впливає на формування цінностей та комунікативних здатностей індивіда, сприяє розвитку творчих здібностей.

Аналіз наукової літератури з проблеми дослідження дає підстави стверджувати, що сутність феномену корпоративної культури особистості у своїх працях досліджували О. Віханський, М. Дмитренко, В. Зоріна, С. Ковалевський, Л. Кошева, Є. Кузьмін, Б. Ломов, Л. Орбан-Лембрик, Т. Немченко, Т. Чернишова та ін.

Мета статті полягає у теоретичному обґрунтуванні сутності феномену «корпоративна культура особистості» в контексті освітологічних знань.

Завданнями статті є розкриття змісту та структурних компонентів корпоративної культури особистості.

Зміст та структурні компоненти корпоративної культури особистості. Корпоративна культура особистості виступає соціальним механізмом, який покликаний орієнтувати індивіда до вирішення спільних завдань організації, мобілізації ініціативи й забезпечення ефективності взаємодії всіх членів означеного колективу.

Корпоративну культуру розглядаємо як інтегральне особистісне утворення, що характеризує засвоєння індивідом норм, цінностей, моделей поведінки, прийнятих у певній організації, які підтримуються більшістю членів організації та визначають спосіб їх дій у професійній діяльності.

Філософська наука пояснює корпоративну культуру особистості як професійну самореалізацію людини, здатність до самоконтролю і самодисципліни,

навички соціальної адаптації, які прищеплюють почуття відповідальності, дотримання правил етикету і культури спілкування (Дмитренко М.Й., 2014, с. 361).

В контексті педагогічних знань, корпоративна культура особистості розглядається як сукупність цінностей, які підтримуються суб'єктом певної організації та орієнтують її на досягнення спільної мети та цілей (Зоріна В. М., 2005, с. 91).

У психології корпоративна культура особистості трактується як система цінностей, правил та норм поведінки, яка включає в себе матеріальну і духовну діяльність, ставлення до організації (Орбан-Лембрик Л. Е., 2010).

З точки зору менеджменту корпоративна культура особистості окреслюється як система матеріальних і духовних цінностей, проявів, що знаходяться у спільній взаємодії, які властиві людині та відображають індивідуальність її світосприйняття (Виханський О. С., 2014, с. 38). Саме тому корпоративна культура особистості постає як продукт людської діяльності, який нагромаджує її життєвий досвід за для передачі соціально значущої інформації. Вона передбачає вироблення лінії поведінки, яка визначатиме траєкторію діяльності суб'єкта організації у внутрішньому середовищі.

З огляду на це, у структурі корпоративної культури особистості можна виділити такі структурні елементи: система матеріальних і духовних цінностей, передбачень, вірувань, очікувань, норм і стилю поведінки, які підтримуються більшістю суб'єктів організації, а також визначає спосіб їхніх дій і міжособистісної взаємодії у професійній та повсякденній діяльності.

До структурних компонентів корпоративної культури особистості можна віднести: світогляд, корпоративні цінності, стиль поведінки, норми, що сповідують члени організації. Цілком логічним у цьому контексті бачиться розгляд корпоративної культури з позиції сформованості в індивіда лідерських якостей (моральність, ініціативність, вимогливість, відповідальність у виконанні студентами своїх обов'язків, уміння уникати й згладжувати конфлікти, організаторсько-комунікативні здібності, уміння працювати в команді та ін.) та емоційно-вольової регуляції (емоційна стабільність, сила волі, енергійність,

оптимізм, упевненість у собі, працездатність, харизматичність та ін) (Тернопільська В. І., 2016.).

Дослідники менеджменту, до функцій корпоративної культури особистості відносять наступні: накопичення та продукування найкращих елементів корпоративної культури організації; оцінювально-нормативна функція, яка має на меті порівняльний аналіз власної поведінки, групи, організації з існуючими та загальноприйнятими нормами й надає можливість констатувати наявність позитивних чи негативних дій; пізнавальна, яка здійснюється на момент адаптації суб'єкта у внутрішнє середовище організації й сприяє його включенню у колективну діяльність; перетворювальна, яка полягає у трансформації корпоративних цінностей організації в особистісні; комунікативна функція, коли через усталені в організації цінності, норми поведінки та інші елементи культури забезпечується взаєморозуміння та взаємодія з усіма суб'єктами організації (Ковалевський С. В., 2006, с. 9).

Основними показниками сформованості корпоративної культури особистості на нашу думку є: вмотивованість, розвиток партнерської взаємодії з іншими суб'єктами організації, соціальна стабільність, висока організаційна культура, ступінь поінформованості, дотримання етики корпоративної поведінки.

Свідоме формування корпоративної культури особистості відбувається лише за умови активної діяльності керівництва організації, яка містить: розробку стратегічно важливих корпоративних цінностей; пропагування групи тих цінностей, які суперечать особистісним; надання підтримки носіям цінностей; стимулювання до вироблення поведінки, яка відповідає корпоративним цінностям організації (Kovalevskyu S. V, 2015, с. 44).

Сучасні дослідники в галузі економіки виділяють наступні джерела формування корпоративної культури: система особистих цінностей та індивідуально-своєрідних способів їх реалізації; способи, форми та структура організації, що втілюють деякі цінності, в тому числі й особисті цінності суб'єктів організації; уявлення про оптимальну та припустиму модель поведінки в колективі,

що відображає систему внутрішньогрупових цінностей, що склалися (Чернишова Т.О., 2010).

Варто зазначити, що до основних чинників, що можуть впливати на процес формування корпоративної культури особистості слід віднести соціально-психологічний клімат організації.

Так, вчені соціально-психологічний клімат розглядають як систему міжособистісних стосунків; психологічні механізми взаємодії; систему взаємних вимог; загальний настрій; емоційну єдність організації (Орбан-Лембрик Л. Е., 2010, с. 218). За В. Тернопільською, соціально-психологічний клімат - це якісний аспект міжособистісних взаємин, що виявляються в сукупності внутрішніх (психологічних) умов, які сприяють або перешкоджають продуктивній спільній діяльності та всебічному розвитку особистості в групі (Тернопільська В. І., 2014, с. 86).

На етапі формування корпоративної культури особистості соціально-психологічний клімат має досить важливе значення у наступних аспектах: корекційно-регулюючому, коли індивід опановує діяльність щодо досягнення мети і завдань організації; комунікативному - при налагодженні сприятливих міжособистісних стосунків; мотиваційному, при якому наявність або відсутність сприятливого соціально-психологічного клімату може стати поштовхом до позитивної мотивації суб'єктів організації.

На основі аналізу наукової літератури було визначено, що висока значущість сформованості корпоративної культури для кожної особистості пояснюється рядом факторів: через прищеплення загальної системи цінностей, яка об'єднує інтереси зовсім різних людей, корпоративна культура забезпечує їх організаційну ідентичність, а як наслідок - відчуття соціальної захищеності; засвоєння основ корпоративної культури допомагає індивідам адекватно інтерпретувати події, які відбуваються всередині організації; опанування основ корпоративної культури стимулює розвиток професійної самосвідомості людини.

Висновки. Таким чином, в контексті освітнологічних знань поняття «корпоративної культури особистості» не має єдиного значення. Загалом більшість

науковців наголошує на корпоративній культурі особистості як на важливому механізмі, який впливає на вмотивованість, моральність, модель поведінки, самоідентифікацію особистістю себе, як члена певної організації. Досягнення ефективності сформованості корпоративної культури особистості, подолання її відірваності від стандартів якості сучасної європейської освіти залежить від усвідомлення окремою організацією того, що вона набуває такого доленосного значення для суспільства, що потребує досліджень з позицій сучасної методології міждисциплінарності. Перспективи подальших досліджень полягають у визначенні особливостей впливу освітнього середовища університету на формування корпоративної культури студентської молоді.

Література

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2014. - 656 с.
2. Дмитренко М.Й. Корпоративна культура у констеляціях пізнього модерну: філософсько - антропологічні експлорації: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. докт. філос. наук: 09.00.04 / М.Й. Дмитренко. - Х., 2014. - 31 с.
3. Зоріна, В.М. Корпоративна культура та її складові / В.М. Зоріна // Педагогіка і психологія формування творчої особистості: проблеми і пошуки: зб. наук. пр. / Ін-т педагогіки і психології проф. освіти АПН України, Запоріж. облас. ін-т післядиплом. пед. освіти. - К.; Запоріжжя, 2005. - Вип. 34. - С. 91-95.
4. Кузьмин Е.С. Вопросы социальной психологии руководства / Е.С. Кузьмин. - Л., 1977. - С. 185.
5. Ломов Б.Ф. Методические и теоретические проблемы психологии / Б.Ф. Ломов. - М.: Наука. - 1984. - 348 с.
6. Орбан-Лембрик, Л.Е. Психологія управління: навч. посіб. / Л.Е. Орбан-Лембрик. - 2-е вид., допов. - К.: Академвидав, 2010. - 543 с.
7. Тернопільська В.І. Довідник з виховної роботи зі студентами: навч. посібник / В.І. Тернопільська. - Тернопіль: Вид-во «Богдан», 2014. - 184 с.
8. Чернишова Т.О., Немченко Т.А. Деякі аспекти корпоративної культури організації / Т.О. Чернишова, Т.А. Немченко // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. - 2010. - вип. 17.- с. 25-31.
9. Kovalevskyy S.V. Research the Corporate Culture of Students Using Neural Network Models / S.V. Kovalevskyy, L.V. Kosheva // American Journal of Neural Networks and Applications. - 2015. - Vol. 1, No. 2. - P. 43-47. - doi: 10.11648/j.ajjna.20150102.13.
10. Ternopilska V. The role of self-government in development of leadership qualities among students / V. Ternopilska // Problems of development modern science: theory

and practice: Collection of scientific articles. - EDEX, Madrid, Espana, 2016. - p. 341-344.

ФЕНОМЕН КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ЛИЧНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ЭДУКАЦИИ ЗНАНИЙ

Бровко Екатерина Андреевна, аспирант Киевского университета имени Бориса Гринченко, ул. Тимошенко 13 б, 04212 Киев, Украина, imhotep21@ukr.net

В статье раскрыта сущность феномена корпоративной культуры личности с точки зрения философии, педагогики, психологии, менеджмента управления. Определены структурные элементы и функции корпоративной культуры личности. Охарактеризованы компоненты корпоративной культуры личности. Определены показатели ее сформированности. Выявлены факторы, влияющие на процесс ее формирования корпоративной культуры личности. Представлена информация об источниках формирования корпоративной культуры.

Ключевые слова: индивид; корпоративная культура личности; корпоративные ценности; организация.

THE PHENOMEN OF CORPORATE CULTURE OF PERSONALITY IN THE CONTEXT OF EDUCOLOGY KNOWLEDGES

Brovko Kateryna, Ph.D student, Borys Grinchenko Kyiv University, Tymoszenko st. 13 b, 04212 Kyiv, Ukraine, imhotep21@ukr.net

In the study the essence of the phenomenon of corporate culture of person from the point of view of philosophy, pedagogy, psychology, management is revealed. The structural elements of the corporate culture of personality (a system of material and spiritual values, predictions, beliefs, expectations, norms and behavioral style) and their significance are determined. The essence of the accumulative and productive, transformative, communicative functions of the corporate culture of personality with considering to management is revealed. The importance of the components of the corporate culture of personality (world outlook, corporate values, style of behavior, norms) is characterized. Indicators of the formation of the corporate culture of personality (motivation, development of partner interaction with other subjects of the organization, social stability, high organizational culture, degree of awareness, compliance with the ethics of corporate behavior) are determined. Factors influencing the process of formation of the corporate culture of personality are identified. The importance of the socio-psychological climate as an influence factor in the process of formation the corporate culture of personality is underlined. The information on the

sources that contribute to the formation of the corporate culture of personality is presented. The importance of active inclusion of the head of organization in the process of formation the corporate culture of individual is revealed. Based on the analysis of scientific psychological literature, the essential characteristics of the term «socio-psychological climate» are characterized.

Keywords: *corporate culture of personality; corporate values; individual; organization.*

References

1. Vihanskij O.S., Naumov A.I. (2014). Menedzhment [Management]: uchebnik. M.: Magistr: INFRA-M, 656 (rus).
2. Dmytrenko M.J. (2014). Korporatyvna kuljtura u konsteljacijakh piznjogho modernu: filososfsjko - antropologhichni eksploraciji [Corporate culture in constellations of late modern: philosophical - anthropological exploitation]: extended abstract of candidate's: 09.00.04. Kh., 31 (ukr).
3. Zorina V.M. (2005). Korporatyvna kuljtura ta jiji skladovi [Corporate culture and its components]. Pedagoghika i psykhologhija formuvannja tvorchoji osobystosti: problemy i poshuky: zb. nauk. pr. Vyp. 34, 91-95 (ukr).
4. Kuz'min E.S. (1977). Voprosy social'noj psihologii rukovodstva [Issues of social management psychology]. L., 185 (rus).
5. Lomov B.F. (1984). Metodicheskie i teoreticheskie problemy psihologii [Methodical and theoretical problems of psychology]. M.: Nauka, 348 (rus).
6. Orban-Lembryk L.E. (2010). Psykhologhija upravlinnja [Psychology of management]: navch. posib. K.: Akademydav, 543 (ukr).
7. Ternopil'sjka V.I. (2014). Dovidnyk z vykhovnoji roboty zi studentamy [Handbook of educational work with students]: navch. Posibnyk. Ternopilj: Vyd-vo «Boghdan», 184 (ukr).
8. Chernyshova T.O., Nemchenko T.A. (2010). Dejaki aspekty korporatyvnoji kuljтуры orghanizaciji [Some aspects of the corporate culture of the organization]. Naukovi praci KNTU. Ekonomichni nauky. Vyp. 17, 25-31 (ukr).
9. Kovalevskyy S.V. (2015). Research the Corporate Culture of Students Using Neural Network Models. American Journal of Neural Networks and Applications. Vol. 1, No. 2, 43-47. doi: 10.11648/j.ajjna.20150102.13 (eng).
10. Ternopil'ska V. The role of self-government in development of leadership qualities among students / V. Ternopil'ska // Problems of development modern science: theory and practice: Collection of scientific articles. - EDEX, Madrid, Espana, 2016. - p. 341-344 (eng).

Стаття надійшла до редакції 30.10.2017

Прийнято до друку 23.11.2017