

## Experimental study of the main psychological factors in the development of corporate culture of future specialists

*Andrii Nekrasov\**

Received: 2022-05-29

Accepted: 2022-07-03

DOI: <http://doi.org/10.46489/gpj.2022-2-3-2>

**Abstract.** The article presents the results of a study of the leading psychological factors in the development of corporate culture among future professionals. In the process of conducting the experiment, a set of psychological methods was used: studying the assessment of the strength of organizational culture"; determining the level of corporate culture, assessing the attractiveness of corporate culture" V. Snetkov; determination of the psychological climate in the organization" A. Krylov, S. Manicheva; psychological climate assessment test in the team A. Fiedler; the "Pulsar" test to assess the level of psychological development of the group; the "Assessment of corporate behavior motivation" technique; express diagnosis of social values of the individual V. Kozlov, G. Manuylov, N. Fetiskin, which helps to identify personal, professional and socio-psychological orientations and preferences.

In the process of the research, the characteristic features of the existing corporate culture of the higher education institution were identified, and it was determined that the organizational culture existing in the institution is described by a significant share of future specialists as moderately strong, which means positive prospects for adjusting the corporate culture of the students themselves.

These characteristics also refer to the determination by future specialists of medium and high levels of the existing corporate culture, which indicates an optimistic attitude regarding the development of the corporate culture of students. Important features of the attitude of future professionals to the corporate culture of their higher education institution were also revealed. Based on the obtained data, it was determined that, in general, the corporate culture of the institution of higher education is quite unattractive for future specialists. The obtained total indicator of the attractiveness of corporate culture, which was determined as the difference between the indicator of real KK and the indicator of ideal KK, has a negative value, which means that future professionals have a negative attitude to the existing corporate culture of their institution.

**Keywords:** corporate culture, future specialists, values, psychological climate in the team, motivation, psychological factors.

---

\* Andrii Nekrasov, Postgraduate student of the Department of General Psychology and Psychotherapy, National Pedagogical University named after M.P. Drahomanov, <https://orcid.org/0000-0003-2291-3313>

## ВСТУП

В процесі навчання у закладах вищої освіти в рамках відповідних корпоративних культур відбувається набуття не лише рівня продуктивних знань, інтегративних умінь і практичних навичок, але і мотиваційно-ціннісної сфери майбутнього фахівця.

У зв'язку з тим, що саме цінності, фундаментальні переконання і норми корпоративної культури закладу вищої освіти засвоюються майбутніми фахівцями як ключові, вихідні під час професійного самовизначення, як такі, що формують їхню професійну і здійснюють вплив на індивідуальну ідентичність, які задають студентам орієнтири їх поведінки і дій і напрями розвитку на майбутнє і, насамперед, роблять вагомий вплив на їхню корпоративну культуру (Karamushka, 2014).

Розвиток корпоративної культури (далі – КК) може здійснюватися неконтрольовано, тобто як результат зовнішнього пристосування та внутрішньої інтеграції, і за рахунок методів управління, наприклад, у формі наказів, існуючих норм та правил поведінки або за допомогою аналізу особистісних переваг представників закладів, установ та підтримки тих форм корпоративної поведінки, що відповідають поставленим цілям та завданням будь-якої організації.

З метою проведення аналізу корпоративної культури у майбутніх фахівців необхідно акцентувати увагу на її властивості:

I. Згуртованість, сукупність цінностей, привабливість КК.

II. Динамічність: мотивація корпоративна поведінки.

III. Емоційність, психологічний атмосфера в колективі; психологічний клімат.

IV. Історичність: рівень корпоративної культури.

## РЕЗУЛЬТАТИ

На основі емпіричного дослідження основних параметрів корпоративної культури нами було проаналізовано позиції майбутніх фахівців на рівень сформованості корпоративної культури закладу вищої освіти, в якому вони навчаються, при цьому, критерієм був її рівень, а також оцінювання привабливості для майбутніх фахівців корпоративної культури закладу та його психологічної атмосфери.

На інших стадіях дослідження здійснювалося вивчення психологічної атмосфери у академічній групі студентів, оцінювання рівня розвитку групи як колективу, дослідження мотивації корпоративної поведінки майбутніх фахівців та їх особистісних цінностей.

На основі визначення зазначених параметрів, можна здійснити порівняльний аналіз груп досліджуваних з різними рівнями прояву корпоративної культури і співвіднести психологічні чинники, які здійснюють на них вплив.

У зв'язку з цим, структуру корпоративної культури у майбутніх фахівців необхідно розглядати на основі таких рівнях, які включають в себе такі компоненти: чинні норми та діючі правила поведінки і діяльності (рівень суспільний); цінності, психологічний клімат закладу вищої освіти (рівень установи); психологічний клімат колективу студентської групи, орієнтованість та рівень розвитку групи (рівень колективу); сукупність ціннісних орієнтацій та мотивація корпоративної поведінки майбутніх фахівців (індивідуальний рівень). В процесі проведення експерименту було використано комплекс психологічних методик. Отже, діагностичний інструментарій, який ми використовували під час дослідження: методика вивчення оцінки сили організаційної культури»; методика

визначення рівня корпоративної культури, оцінка привабливості корпоративної культури» В. Снетков; визначення психологічного клімату в організації» А. Крилов, С. Манічева; тест оцінки психологічного клімату у колективі А. Фідлер; тест «Пульсар» для оцінки рівня психологічного розвитку групи; методика «Оцінка мотивації корпоративної поведінки»; експрес-діагностика соціальних цінностей особистості В. Козлов, Г. Мануйлов, Н. Фетіскін, яка сприяє виявленню особистих, професійних і соціально-психологічних орієнтації і переваг.

Наше дослідження проводилося на базі Київського національного університету імені Тараса Шевченка та Львівського торговельно-економічного університету. Кількість респондентів складала 207 майбутніх фахівців економічного профілю різного року навчання (I-V курсів).

На етапі формувального експерименту дослідження, яке було спрямоване на розвиток корпоративної культури у майбутніх фахівців, із досліджуваних було створено експериментальну групу, яка включала 78 опитуваних та контрольну, до якої входили 61 респондент.

Для подальшого аналізу дослідження, вважаємо за необхідне детально обґрунтувати психологічні методики, які нами будуть використані в процесі реалізації нашого дослідження:

За допомогою методики «Оцінка сили організаційної культури» Р. Дафт було визначено силу корпоративної культури. Вона включала в себе 13 тверджень, які необхідно було оцінити, а саме поставити позначку на тому балі з яким відображається рівень згоди.

Бланк для надання відповідей був наданий у вигляді таблиці, з метою швидко узагальнити отримані бали. Відповідно до ключа методики, якщо сума балів становить 52 та вище, то

можна стверджувати, що у певній установі, в якій знаходиться респондент є сильна корпоративна культура; якщо ж показник варіював від 26 до 51 балу, то можна робити висновок, що для організації властива достатньо сильна культура; і при сумі > 25 балів, то корпоративна культура компанії не сприяє пристосуванню до зовнішнього середовища і не відповідає тим потребам, які висувують її представники (Solomanidina, 2007).

Аналізуючи наступний тест, а саме: «Рівень організаційної культури», який розробила вчена Т. Соломанідіна, необхідно зазначити, що він включає 29 суджень. У зв'язку з цим, отриманий показник, який буде нижче 4 балів відповідно до будь-якого пункту, означатиме про невдалий стан справ на даному напрямку професійної діяльності та під час взаємної комунікації фахівців. Майбутнім фахівцям за шкалою десять балів необхідно визначити власне бачення до переліку запропонованих суджень, що описують корпоративну культуру установи. Даний тест сприяв визначенню рівня корпоративної культури по таким напрямках, як «комунікації», «мотивація і мораль», «робота» і «управління». Аналіз і відповідне реагування на показники цих чотирьох секцій. Рівень впливу культури на роботу установи оцінюється за такими чинниками, а саме: по спрямованості, широті охоплення і силі впливу на співробітників.

Отримані результати сприятимуть здійснити оцінювання І чиннику в прямому вигляді: узагальнений показник, який дорівнює більше 175 балів означає про позитивну спрямованість корпоративної культури; а інші два чинника можна оцінити за допомогою показників інших напрямів (Solomanidina, 2007).

Наступним є опитувальник оцінки привабливості організаційної культури,

автором якої є В. Снетков, яка спрямована на вивчення особливостей корпоративної культури закладу вищої освіти з позиції майбутніх фахівців. Дана методика включає 48 запитань, які необхідно оцінювати за десятибальною шкалою, де 10 балів означає, що твердження є справедливим, отже, можна стверджувати, що такий чинник наявний на постійному рівні. Але, у випадку, коли чинник відсутній, то необхідно ставити 9 балів, і якщо його взагалі немає, то потрібно ставити 1 бал.

За рахунок зазначеного опитувальника вивчаються наступні складові корпоративної культури, а саме: I шкала «зміст роботи», тобто потреба у креативній і інтенсивній роботі; II шкала – утилітарна потреба, що включала в себе задовільні умови праці, матеріальне стимулювання роботи; III шкала характеризується як потреба в хороших взаємовідносинах; IV шкала включає в себе потребу в повазі і визнанні, а також особистому авторитеті; V шкала має назву «мотивація», тобто мотивація фахівця до професійної діяльності, активна участь співробітників в управлінських процесів; VI шкалою є патріотизм (потреба в тому, щоб компанія досягла значних успіхів, об'єднання колективу установи); і останньою є VII шкала, що вивчає організацію праці в установі.

Цей опитувальник дозволяє оцінити рівень привабливості корпоративної культури, міру задоволеності всіма аспектами культури діяльності в установи як для всіх її представників, так і для кожного працівника.

Крім того, методика спрямована на дослідження особливостей відношення співробітників до корпоративної культури, яка може знаходитися в таких рамках: від її заперечення повністю чи до прийняття. Важливим інтегральним показником відношення персоналу до корпоративної культури є оцінювання

ними зазначеної культури як привабливою.

Для обробки отриманих результатів вивчення корпоративної культури у закладі вищої освіти, необхідно було проаналізувати наступні показники:

- реальна корпоративна культура – це оцінювання майбутніми фахівцями психологічних чинників КК у закладі, де вони навчаються;
- ідеальна корпоративна культура – оцінювання майбутніми фахівцями чинників КК закладу вищої освіти, в якому вони б хотіли проходити навчання;
- привабливість корпоративної культури характеризується відповідним рівнем задоволення майбутніми фахівцями корпоративною культурою установи, де вони навчаються.

Під час отримання високого рівня привабливості по чинниках корпоративної культури, можна стверджувати, що майбутні фахівці задоволені всіма чинниками, які розкривають їх потреби в установі. Але якщо показник є нижчим, то можна зробити висновок, що майбутні фахівці незадоволені даними чинниками КК (Radugin, 1995).

Іншим тестом є визначення психологічного клімату в організації авторами якого є А. Крилов та С. Манічева. Тест побудований з 74 тверджень, серед яких необхідно виділити ті, які властиві для певної установи загалом. Потім відбувається обрахування кількості виділених тверджень і здійснюється аналіз. Всі зазначені твердження, крім контрольних, дають можливість визначити рівень розвитку колективу, і насамперед, психологічний клімату. До зазначених властивостей належать наступні: відкритість; відповідальність; згуртованість; інформованість; колективізм; контактність; організованість (Tkach, 2012).

Крім того, нами був тест оцінки психологічної атмосфери в колективі за автором А. Фідлером з метою проведення оцінювання психологічної атмосфери в групі. Також, важливо зазначити, що даний тест не може проводитися анонімно, тому є надійним, що підвищується у використанні його разом з іншими методиками. У формі таблиці були представлені протилежні за змістовним наповненням пари слів, на основі яких можна охарактеризувати атмосферу у академічній групі майбутніх фахівців.

Відповіді оцінювалися відповідно до кожного з 10 пунктів зліва направо від одного до восьми балів. Узагальнений результат становить від 10, що є найбільшою відмінною оцінкою до 80, що є негативною.

Наступним тестом був «Пульсар», який допомагає визначити спрямованість групи та рівня її розвитку. Крім того, вона базується на проведенні 4-рівневого аналізу розвитку таких якостей індивіда, який знаходиться в групі: підготовленості до роботи; ініціативність; інтегративність; згуртованість; організованість; орієнтованість; референтність.

Всі зазначені показники допомагають побудувати загальний показник рівня розвитку групи.

І від того, яка була отримана оцінка можна зробити ґрунтовний аналіз групи та з'ясувати рівень її розвитку (зрілості).

Також нами в процесі проведення дослідження використовувалася методика «Оцінка мотивації корпоративної поведінки», яку запропонували такі вчені: В. Козлов, Г. Мануйлов та Н. Фетіскін, яка базується на розробленій мотиваційній теорії зарубіжного вченого Херцберга, з метою вивчення вираженості у майбутніх фахівців гігієнічних та мотиваційних чинників, що допоможе результативно здійснювати вплив на їх мотивацію.

На основі цього, проаналізуємо гігієнічні та мотиваційні чинники.

Отже, першими чинниками є гігієнічні, тобто це умови, що задовольняють всіх присутніх фахівців і викликають почуття незадоволення, якщо вони відсутні.

Але необхідно зазначити, що їх значення як чинника мотивації не достатня. Саме гігієнічні чинники заважають виникненню розчарування в роботі, є фундаментом відтворення життєвих і креативних рис фахівців, сприяє зниженню напруги в процесі виконання діяльності. Відповідно за А. Маслоу гігієнічним чинникам відповідають потреби нижчого рівня, які включають в себе: стиль управління; політику управління компанією; матеріальне заохочування; задовільні умови праці; взаємовідносини; соціальний статус представника організації; гарантії збереження місця роботи; вплив трудової діяльності на індивідуальне життя працівників. Зазначені чинники є зовнішніми відповідно до самої праці, і належать до оточення фахівця. У зв'язку з цим, вони не забезпечують задоволення діяльністю, але, необхідно зазначити, що формують умови, які перешкоджають негативного відношення до своєї роботи у фахівців установи.

До іншої групи чинників належать мотиваційні. Їх дія є мотивуючим по відношенню до моделі поведінки представників організації, вони є активними мотиваційними силами. Відповідно до наукових положень А. Маслоу цим чинникам відповідають вищі потреби, які включають в себе: досягнення успіху фахівця в професійній діяльності, визнання його результатів праці; надання людині автономності в процесі реалізації ним професійних обов'язків, забезпечення професійного підвищення; професійний розвиток; удосконалення трудової діяльності компонентами креативності.

Існування хоча б одного із зазначених чинників в процесі роботи збільшує рівень задоволеності працівником працею і, на основі цього, оптимізує його мотивацію. Крім того, необхідно зазначити, що для значної кількості фахівців задоволеність роботою у більшості випадків супроводжується змістовним наповненням праці. Зазначені чинники взаємопов'язанні між собою: якщо гігієнічні чинники виражені на низькому рівні, то, відповідно, знижується трудова мотивація, але, у випадку, якщо ці чинники виражаються в повній мірі, то дана мотивація підвищується. Але, варто зауважити, що прямої залежності між цими двома групами чинників не існує.

З метою формування успішної мотивації фахівців потрібно застосовувати дію цих двох чинників.

В процесі проходження даної методики, кожному студенту потрібно було здійснити оцінку, відповідно за 5-бальною шкалою рівень значущості для нього кожного з 12 зазначених чинників, які роблять вплив на його відношення до праці. Оцінювання переважаючого мотиву здійснюється за допомогою кількісного домінування одного з мотивів. Від кількості отриманих балів визначається рівень (високий, середній, низький) до будь-якого особистісно важливого мотиву (Kubra, 2007).

І останньою методикою була проведена експрес-діагностика соціальних цінностей особистості, яка включає в себе 16 тверджень, які необхідно оцінити від 10 (неважливо) до 100 (дуже важливо). Дана методика допомагає визначити особистісно-професійні і соціально-психологічні орієнтацій та переваг, і допомагаю комплексно проаналізувати особистісні цінності майбутніх фахівців.

Отримані результати можна розділити відповідно до ключа за

такими шкалами: духовні, інтелектуальні, професійні, сімейні, соціальні, суспільні, фінансові, фізичні цінності (Kubra, 2007).

Під час реалізації констатувального етапу дослідження, необхідно зазначити, що він здійснювався на основі представленого нами діагностичного інструментарію, який використовувався з метою вивчення психологічних умов розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців. Важливим для виконання нашого дослідження був статистичний аналіз одержаних результатів і кореляційний.

З метою визначення ймовірної динаміки змін протягом всіх років, нами було використано за допомогою рангового Н-критерію Крускала-Уоліса, що спрямований для перевірки гіпотези, які з незалежних вибірок вилучені з генеральних сукупностей і мають однакові медіани, у нашому дослідженні за допомогою нього, було визначено вплив курсу навчання на прояв параметрів запропонованих методик.

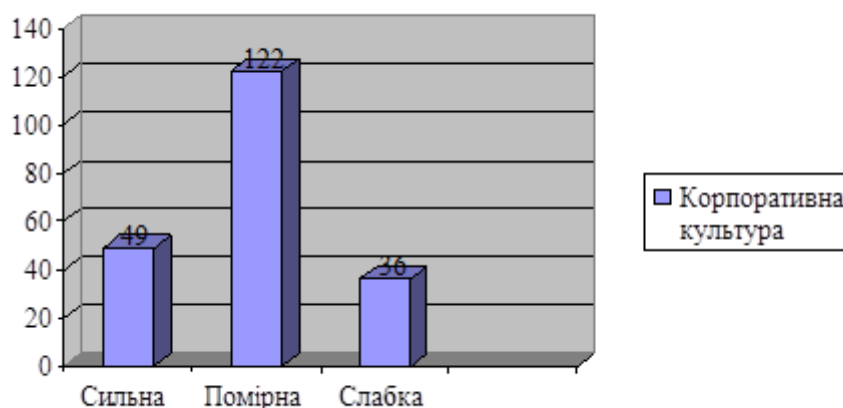
Математичний аналіз здійснювався за допомогою U - критерію Манна-Уїтні – це статистичний критерій, що використовується для оцінки відмінностей між двома незалежними вибірками за рівнем будь-якої ознаки, вимірної кількісно. Дозволяє виявляти різницю у значенні параметра між малими вибірками. У нашому дослідженні даний критерій допоміг виявити найбільш впливові характеристики кожного з параметрів корпоративної культури у майбутніх фахівців.

На першому етапі експерименту нами було визначено властиві ознаки компонента корпоративної культури у майбутніх фахівців, як норми поведінки та діяльності за допомогою таких методик: Оцінка сили організаційної культури та рівень організаційної культури.

Відповідно за отриманими результатами дослідження методики оцінка сили організаційної культури, враховувалося, що якщо загальна сума балів складала 52, то це свідчить, що у закладі (установі) наявна сильна корпоративна культура; якщо ж сума балів дорівнювала 26-51, то для організації властивий середній рівень

вираженості сильної культури; і при отриманні менше 25 балів, то корпоративна культура компанії не допомагає пристосуватися до зовнішнього середовища і не відповідає потребам її членів.

Отже, на основі проведеного дослідження були отримані наступні показники, які представлені на рис. 1.



**Рис. 1. Розподілу параметрів сили корпоративної культури закладу вищої освіти з позиції майбутніх фахівців**

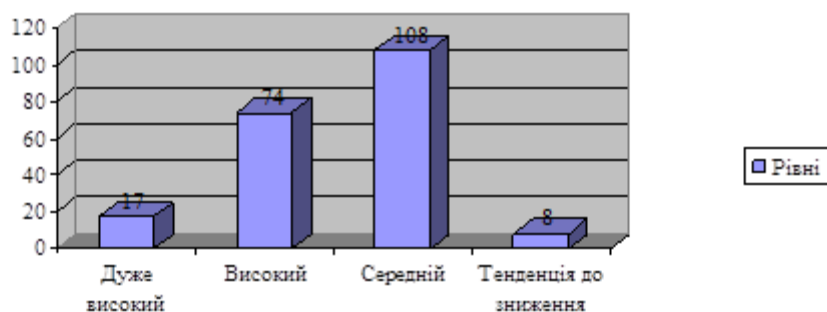
Таким чином, проаналізувавши представлені на рис. 1 результати, можемо підсумувати, що значна кількість студентів – 58,9% (122 особи) визначають корпоративну культуру як помірно сильну, а 23,6% (49 осіб), як сильну.

Інша частина – 17,5% (36 осіб) майбутніх фахівців відмітили, що корпоративна культура не сприяє пристосуванню до наявних умов закладу вищої освіти і не відповідає потребам.

На основі використання Н-критерію Крускала-Уоліса було визначено, що динаміка оцінки сили корпоративної культури у майбутніх фахівців, які навчаються на різних курсах не простежується, що підтверджується  $H=1,64$ ; що означає  $p \leq 0,8$ .

Розвиток корпоративної культури у майбутніх фахівців стихійно не реалізувалося. Незначне підвищення корпоративної культури простежується на 3 курсі навчання, що свідчить про природний потенціал до збільшення корпоративної культури, але, необхідно зазначити, що відмова від втручання у даний процес управління виступає непрямим фактором до зменшення сили корпоративної культури у майбутніх фахівців.

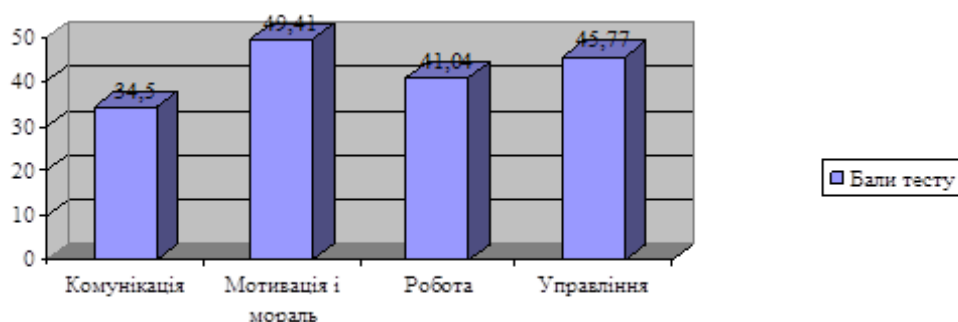
На етапі вивчення рівня корпоративної культури у майбутніх фахівців було визначено, що значна кількість досліджуваних виділяють середній та високий рівень корпоративної культури закладу вищої освіти, в якому вони проходять навчання. Отримані результати, зображені на рис. 2.



**Рис. 2. Результати розподілу рівнів корпоративної культури закладу вищої освіти з позиції майбутніх фахівців**

Отже, відповідно до отриманих показників за методикою «Рівень організаційної культури», було визначено, що всі судження є значимими. Крім того, значна кількість отриманих відповідей на запропоновані судження відносилися до середнього та високого рівня, це свідчить, що корпоративна культура є адекватною.

Також, важливо зазначити, що за допомогою цієї методики, отримані відповіді від респондентів були розподілені по таким складовим корпоративної культури, а саме: комунікація, мотивація та мораль, робота, управління. А отримані результати за кожного з них, вважаємо за необхідне представити у вигляді графіку.



**Рис. 3. Результати розподілу рівнів корпоративної культури за вираженими шкалами**

Таким чином, на основі отриманих результатів, досліджуванні визначили такі основні показники, які є найбільш розвиненими, а саме: мотивація та мораль і управління, в той же час, комунікація має найменшу вираженість.

Отже, якщо ми проаналізуємо зазначені у даній методиці питання, які поєднуються у відповідний параметр, можна узагальнити, що у закладі вищої освіти розвинені наступні складові корпоративної культури: стимулюється

активність і енергійність; відмінні взаємовідносини один з одним; взаємодія і повага один до одного; професійне оцінювання праці; розв'язання конфліктних ситуацій на професійному рівні; розподіл повноважень на нижні рівні управління; спрямованість на інновації.

Як негативні були визначені наступні параметри корпоративної культури, а саме: чітко визначені практичні інструкції та правила

поведінки всіх фахівців; комплекс комунікацій, тобто різні форми, засоби і методи роботи; є перешкоди під час отримання інформації в середині організації; відсутнє заохочення до двостороннього спілкування.

Отже, можемо зробити висновок, що саме комунікативні чинники розвинені на не достатньому рівні.

Динаміка зміни рівня корпоративної культури у майбутніх фахівців відповідно за рівнем проходження всіх курсів демонструє незначні зміни показників, які є не значними.

Таким чином, було визначено, що середній рівень корпоративної культури зазначали 52,2% майбутніх фахівців, а високий – 35,7%, а в процесі обрахування загального індексу корпоративної культури домінували такі шкали, як управління, мотивація та мораль. Крім того, динаміку оцінювання рівня корпоративної культури в залежності від курсу навчання та професійної підготовки респондентів не визначено, що підтверджується, де  $H=1,12$ , при  $p \leq 0,89$ .

Наступним етапом нашого дослідження є аналіз складових корпоративної культури, а саме: цінності, психологічний клімат в організації за рахунок проведення опитувальника привабливості культури організації і методики, яка спрямована на визначення психологічного клімату в організації.

Застосування опитувальника визначення привабливості культури організації, дав змогу визначити рівень привабливості корпоративної культури закладу вищої освіти для майбутніх фахівців. Отримані дані за цим опитувальником дозволяє оцінити відношення до корпоративної культури «реальної», тобто, яка на даний час присутня в установі, та «ідеальної», яка розглядається як бажана культура закладу вищої освіти. Оцінювання привабливості здійснюється на основі

визначення різниці між даними зазначених показників.

Відповідно до проведеного дослідження, було визначено, що корпоративна культура закладу вищої освіти є малоцікавою для майбутніх фахівців, тобто взагалі непривабливою. А сумарний показник привабливості корпоративної культури становив 2.2.

Отже, на основі отриманих даних відповідно до кожної шкали корпоративної культури, було з'ясовано, що найбільш непривабливими для майбутніх фахівців є наступні складові, а саме: потреба в легкій праці, задовільні умови праці, потреба в досягненні успіхів компанії, участь фахівців організації в управлінні, потреба у конструктивній взаємодії, потреба у повазі та визнанні.

Окрім того, необхідно зазначити, що незначна різниця між ідеальним та реальним вираженням корпоративної культури відмічається у наступних шкалах: невизначеність у роботі і потреба в інтенсивній творчій праці. У зв'язку з тим, що навчальна діяльність майбутніх фахівців є невизначеною, студенти застосовують у навчальному процесі різні форми та методи навчання, що сприяє удосконалити її результати. Потреба в інтенсивній творчій роботі має тотожне значення.

Динаміка зміни привабливості реальної корпоративної культури організації для майбутніх фахівців відбувається лише за одним показником, а саме мотивація трудової діяльності працівників збільшується на IV курсі, а на інших курсах вона є нижчою і зберігається на цьому ж рівні, де  $H=10,32$ ; при цьому  $p=0,035$ .

Оцінювання привабливості культури організації для ідеального уявлення про корпоративну культуру закладу вищої освіти, майбутніми фахівцями було визначено, що потреба у легкій праці є складовою ідеалу для I, III і IV курсі.

Визначення різниці між реальною та ідеальною корпоративною культурою має відповідну динаміку згідно курсу навчання майбутніх фахівців.

Аналізуючи задоволеність культурою організації, відповідно до визначення різниці між реальним та ідеальним оцінювання, збільшується на IV курсі, тобто відбувається зменшення різниці, де  $H = 10,88$ , при  $p = 0,028$ ).

На основі проведеного дослідження щодо оцінювання привабливості корпоративної культури вищого освітнього закладу, було визначено, що загалом культура закладу є непривабливою для значної кількості майбутніх фахівців. Непривабливість визначалася за наступними параметрами: потреба у повазі та визнанні, потреба в легкій роботі.

Застосування  $H$ -критерію Крускала-Уоліса дозволило зробити висновок, що впродовж всього навчання, найбільше піддається змінам шкала: потреба у конструктивній взаємодії, де  $H = 10,88$ ; при  $p \leq 0,03$ .

Таким чином, можемо узагальнити, що непривабливими складовими корпоративної культури є не лише важкість у процесі навчання та достатнього визначення його змістовного наповнення, але і дефіциту хороших взаємовідносин у групі та недостатньої спрямованості майбутніх фахівців на досягнення успіхів компанії, єдність колективу.

Як зазначалося у попередньому підрозділі, психологічна атмосфера є головною складовою корпоративної культури.

Необхідно зазначити, що для майбутніх фахівців, які розподілені по навчальним групам характерне певне відділення у вигляді окремої спільноти закладу, і як окремі підрозділи закладу вищої освіти, в якому вони проходять навчання.

Крім того, саме система навчання та проведення оцінки результатів

навчальної діяльності відділяє майбутніх фахівців не лише на адміністративному рівні, але і на психологічному.

На основі вище зазначеного, можна стверджувати, що все це потребує детального вивчення психологічного клімату закладу вищої освіти з позиції майбутніх фахівців, яке здійснювалося за допомогою тесту «Визначення психологічного клімату в організації» А. Крилов і С. Манічева.

На основі отриманих даних, можна зробити висновок, що значна кількість майбутніх фахівців вказували про середній та низький рівень психологічного клімату в вищому навчальному закладі, де вони навчаються.

Крім того, відповідно до отриманих результатів, всі показники розділяються на такі складові, а саме: відкритість; відповідальність; згуртованість; колективізм; контактність; організованість; поінформованість.

Проаналізувавши отримані дані, необхідно зазначити, що з точки зору майбутніх фахівців найвищі показники психологічного клімату в організації є поінформованість і контактність, а найнижчим визначили згуртованість.

Також важливо зауважити, що динаміка зміни значень головних складових за методикою відповідно до курсу навчання не простежується.

Отже, можемо зробити висновок, що психологічний клімат у закладі вищої освіти 35,4% майбутніх фахівців характеризує як середній рівень, а 21,3% – низьким. Крім того, інша частина досліджуваних, а саме 24,6% зазначають, що психологічний клімат у рідній установі є оптимальним, тоді як 18,7% вважають низьким. Згідно  $U$ -критерію Манна-Уїтні, визначено, що вагомий вплив для досліджуваних були такі особливості психологічного клімату в групі, як колективізм,  $U = 362,5$ ; де

рівень значущості  $\leq 0,05$ , контактність –  $U=245,5$ , де рівень значущості  $\leq 0,001$  та відкритість –  $U=240,5$ , де рівень значущості  $\leq 0,001$ .

Аналізуючи психологічний клімат в академічній групі студентів, необхідно зазначити, що її позитивний зміст майбутні фахівці визначили за ознаками успішності, результативності (в роботі) та співробітництво, взаєморозуміння у процесі міжособистісної взаємодії, де  $U=272,4$ , де рівень значущості  $\leq 0,05$ . Отже, зазначені змінні створюють майбутнім фахівцям студентам психологічний клімат в колективі.

Наступним кроком, для вивчення психологічних умов розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців, було виділення таких складових корпоративної культури, а саме: психологічна атмосфера в колективі, система міжособистісних взаєностосунків, рівень розвитку групи, яке здійснювалося на основі тесту оцінки психологічної атмосфери в колективі та методика «Пульсар», яка спрямована дослідити спрямованість колективу та рівень його розвитку.

Отже, вивчення психологічної атмосфери в групі здійснювалося за опитувальником А. Фідлера, і необхідно зазначити, що саме дослідження здійснювалося анонімно.

Проаналізувавши отримані результати, можна підсумувати, що переважаючими показниками є наступні особливості психологічної атмосфери в академічній групі студентів, а саме: задоволеність-незадоволеність, кооперація-неузгодженість та захопленість-байдужість.

Отже, відповідно до отриманих даних, можемо виділити головні складові корпоративної культури, а саме: почуття впевненості, довіри та надійності, сприятливі умови для роботи та комунікації, бажання та потреба навчатися у певній групі.

Використовуючи для аналізу отриманих результатів Н-критерій Крускала-Уоліса, нами було відмічено значні зміни у параметрах психологічної атмосфери академічної групи студентів на відповідному курсі навчальної діяльності. Отже, було визначено, що показник на III курсі «Товариськість – Ворожість» при цьому,  $H=6,87$ , де рівень значущості  $\leq 0,05$  підвищується в сторону «Товариськості», а потім простежується зниження на IV курсі. А, наприклад, на II курсі показник «Взаємно розуміння, підтримка – Недоброзичливість», при цьому  $H=8,26$ , де рівень значущості  $\leq 0,05$  підвищується, а потім, на III курсі відмічається зниження і до закінчення освітнього процесу не зростає.

Проаналізувавши отримані дані, можна стверджувати, що процеси, які відбуваються в академічній групі студентів є некерованими, тому вони стихійно, і, впливають на емоційну сферу групи. Необхідно зазначити, що це може впливати на успішність навчання, та подальший розвиток комунікативних компетентностей майбутніх фахівців.

Проводячи дослідження за методикою «Пульсар» було визначено, що за критеріями спрямованості та рівня розвитку свого колективу 52,4% (108 осіб) майбутніх фахівців знаходяться на високому рівні, що свідчить про їх згуртованість, працелюбивість, а на чолі знаходяться куратори та наставники. Крім того, 27,8% (58 осіб) оцінок означає про достатню зрілість колективу, їхню компетентність здійснювати групові завдання, але їхні менеджери є псевдоефективними кураторами, при цьому 15,4% (32 осіб) оцінок майбутніх фахівців свідчать про їхню зрілість на недостатньому рівні, що означає їх неспроможність продуктивно розв'язувати запропоновані завдання, а управління над ними реалізують формально ефективні куратори. А 4,4% (9 осіб) оцінок студентів знаходяться на низькому рівні, що дає можливість

стверджувати про нездатність даних груп, а їхні куратори є не ефективними.

Згідно U - критерію Манна-Уїтні, визначено, що на збільшення загального показника рівня розвитку академічної групи студентів здійснює вплив згуртованість, об'єднаність, референтність, підготовленість до праці та організованість, при цьому  $U=651$ , де рівень значущості  $\leq 0,04$ .

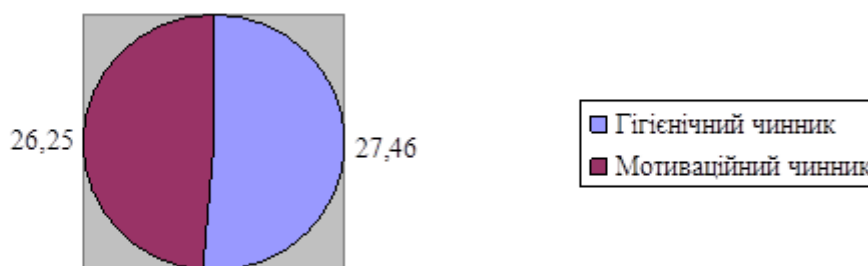
Крім того, на етапі проведення дослідження, нами було проведено діагностування рівня особистості, за наступними компонентами, а саме: мотивація корпоративної поведінки, система цінностей за допомогою методики оцінки мотивації організаційної поведінки.

Проаналізувавши отримані результати, було з'ясовано, що в поведінці майбутніх фахівців не простежується значна відмінність між гігієнічними та

мотиваційними чинниками корпоративної поведінки.

Це свідчить про те, що невелике домінування належить гігієнічним параметрам, таких як: стиль управління; політика управління компанією; оплата праці; сприятливі умови праці; взаємовідносини; статус фахівця в соціумі; запевнення збереження роботи; вплив робочого процесу на життя кожного працівника організації.

Крім того, важливими є такі мотиваційні чинники, а саме: успіхи в роботі, визнання результатів згідно принципу справедливості; надання майбутньому фахівцю автономності в процесі розв'язання завдань, забезпечення підвищення на посаді; професійний розвиток; удосконалення діяльності за допомогою компонентів творчості.



**Рис. 4. Результати оцінювання мотивації корпоративної поведінки майбутніх фахівців**

На основі отриманих даних, необхідно зазначити, всі чинники взаємопов'язані між собою, але прямої залежності між ними не існує.

Отже, можемо зробити висновок, що важливими складовими корпоративної культури майбутніх фахівців є ті, які знаходяться в рамках зазначених двох чинників

Крім того, нами було визначено, що у 46,6% (97 осіб) виражений високий

рівень мотивації корпоративної поведінки за наступною змінною «красивий менеджер», а згідно U - критерію Манна-Уїтні,  $U=624$ , де рівень значущості  $\leq 0,04$ ). Отримані дані, означають про важливість для корпоративної культури у майбутніх фахівців існування красивого менеджера (керівника) в особі науково-педагогічного працівника та конструктивних взаємовідносин з

педагогами і наставниками студентської групи загалом.

Діагностика цінностей майбутніх фахівців здійснювалося за допомогою методики вивчення соціальних цінностей особистості, що надало нам можливість проаналізувати і здійснити розмежування отриманих відповідей за виявленими значеннями за наступними цінностями: професійні; матеріальні; родинні; суспільні; громадські; духовні; фізичні; інтелектуальні.

Отже, були визначені такі індивідуальні цінності для майбутніх фахівців, а саме: матеріальні, родинні, та професійні, при цьому менш важливими є громадські, це свідчить про нестачу громадських важливих орієнтирів у ціннісній системі майбутніх фахівців. Крім того, необхідно зазначити, що незначні відмінності між отриманими показниками означає рівну важливість будь-яких цінностей для груп студентів, і відповідно до цього, систему цінностей, що є важливим психологічним чинником для розвитку корпоративної культури.

### **ВИСНОВКИ**

В процесі дослідження було визначено головні стратегії розвитку корпоративної культури у майбутніх фахівців: оцінка, основна увага зосереджується на комунікативних засобах; пристосування, основний акцент на пізнавальному компоненті;

### **References**

Karamushka L.M. (2014) *Kompleks metodyk dlia vyvchennia osoblyvostei ta determinant rozvytku orhanizatsiinoi kultury osvitynikh orhanizatsii* / L.M. Karamushka, K.V. Tereshchenko, V.I. Lahodzinska, V.M. Ivkin, A.M. Shevchenko // *Aktualni problemy psykholohii* : Zb. nauk. prats Instytutu psykholohii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy. Kyiv – Alchevsk : LADO,

інтеграція, зосередження на емоційному компоненті; ідентифікація – на компонентах закріплення набутого, у творчій формі самоактуалізації.

Виділено властиві ознаки наявної корпоративної культури закладу вищої освіти, і визначено, що існуюча у закладі організаційна культура описується значною часткою майбутніх фахівців як помірно сильна, що означає про позитивні перспективи стосовно корегування корпоративної культури самих студентів.

Дані характеристики відносяться і до визначення майбутніми фахівцями середнього та високого рівнів існуючої корпоративної культури, що свідчить про оптимістичний настрій стосовно розвитку корпоративної культури студентів. Також було виявлено важливі особливості ставлення майбутніх фахівців до корпоративної культури свого закладу вищої освіти. На основі отриманих даних було визначено, що загалом для майбутніх фахівців є досить непривабливою корпоративна культура свого закладу вищої освіти. Отриманий сумарний показник привабливості корпоративної культури, який був визначений, як різниця між показником реальної КК та показником ідеальної КК має негативне значення, це означає те, що майбутні фахівці негативно відносяться до існуючої корпоративної культури їхнього закладу.

Tkach T. V. (2012) *Psykholohopedahohichni zasady proektuvannia osvithnoho prostoru osobystosti: monohrafiia*. Melitopol : Vyd-vo KPU, 408 s.

Radugin A. A. (1995) *Vvedenie v menedzhment: sociologija organizacij i upravlenija*. Voronezh : Vysshaja shkola predprinimatelej, 196 s.

Solomanidina T. O. (2007) *Organizacionnaja kul'tura v tablicah, tekstah, kejsah i shemah: uchebno-metodicheskie materialy*. Moskva : INFRA-M, 395 s.