

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ  
КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота магістра**

на тему: ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЗВО ЯК ЧИННИК СТАНОВЛЕННЯ  
ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ СТУДЕНТІВ-ПСИХОЛОГІВ

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.0531  
спеціальності 053– Психологія

Міхайлов Денис Сергійович

Керівник: к.психол.н., доцент кафедри психології  
Залановська Л.І.

Рецензент: к.психол.н., доцент кафедри психології  
Грандт В.В.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціальної педагогіки та психології  
Кафедра психології  
Рівень вищої освіти магістр  
Спеціальність 053 Психологія  
Освітня програма Психологія

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_

к.психол.н., доцент. Н.О. Губа

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022  
р.

**ЗАВДАННЯ**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Міхайлову Денису Сергійовичу

Тема роботи Організаційна культура ЗВО як чинник становлення професійної ідентичності студентів-психологів

керівник роботи Залановська Л.І., к.психол.н., доцент кафедри психології

затверджені наказом ЗНУ від «20» 07 2022 року № 884-с

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_
3. Вихідні дані до роботи аналіз психолого-педагогічної літератури.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки: здійснити методологічний аналіз поняття організаційна культура в психологічних науках; зробити аналітичний огляд ефективних моделей організаційної культури; проаналізувати чинники становлення професійної ідентичності; експериментально дослідити організаційну культуру ЗВО як чинники становлення професійної ідентичності студентів-психологів.
5. Перелік графічного матеріалу: 5 таблиць.
6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання Видав	Завдання прийняв
Вступ	Залановська Л.І., доцент		
Розділ 1	Залановська Л.І., доцент		
Розділ 2	Залановська Л.І., доцент		
Висновки	Залановська Л.І., доцент		

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	січень-березень 2022 р.	Виконано
2	Робота над вступом	березень 2022 р.	Виконано
3	Робота над першим розділом	квітень-червень 2022 р.	Виконано
4	Робота над другим розділом	липень-серпень 2022 р.	Виконано
5	Написання висновків	вересень 2022 р.	Виконано
6	Передзахист	листопад 2022 р.	Виконано
7	Нормоконтроль	листопад 2022 р.	Виконано

Студент \_\_\_\_\_ Міхайлов Д.С.

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Залановська Л.І.

**Нормоконтроль пройдено**

**Нормоконтролер** \_\_\_\_\_ О. М. Грединарова

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра: 62 сторінки, 5 таблиць, 54 джерела.

Об'єкт дослідження – професійна ідентичність студентів.

Предмет дослідження – організаційно-психологічні умови становлення професійної ідентичності студентів-психологів.

Мета дослідження полягає у вивченні організаційно-психологічних умов становлення професійної ідентичності студентів-психологів вищого навчального закладу та визначенні умов оптимізації впливу організаційної культури на становлення професійної ідентичності студентів.

Гіпотеза дослідження: оптимізація впливу організаційної культури вищого навчального закладу на становлення професійної ідентичності студентів-психологів може підвищуватися в результаті впровадження спеціальної тренінгової програми для психологічної підготовки студентів, спрямованої на реалізацію різних психологічних умов.

Методи дослідження: теоретичні (порівняння теорій і методів, узагальнення отриманої інформації); емпіричні (психологічне анкетування і тестування).

Наукова новизна та теоретичне значення отриманих результатів дослідження полягають у тому, що нами було розкрито сутність організаційної культури вищого навчального закладу як чинника становлення професійної ідентичності студентів.

Практичне значення одержаних результатів. На підставі результатів наукового дослідження розроблено програму психологічного тренінгу усвідомлення студентами ролі організаційної культури у становленні їх професійної ідентичності. Основні результати дослідження можуть бути застосовані в роботі практичних психологів з профорієнтації, у професійному консультуванні, в роботі психологічної служби вищих навчальних закладів тощо.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ УМОВИ, СТАНОВЛЕННЯ,  
ПРОФЕСІЙНА ІДЕНТИЧНІСТЬ, СТУДЕНТИ-ПСИХОЛОГИ.

## SUMMARY

Mikhailov D.S. Organizational Culture of HIE as a Factor in the Formation of Professional Identity of Psychology Students.

Qualification of the master's work: 62 pages, 5 tables, 54 references.

The object of research is the professional identity of students.

The subject of the research is the organizational and psychological conditions of the formation of the professional identity of psychology students.

The purpose of the study is to study the organizational and psychological conditions for the formation of the professional identity of psychology students of a higher educational institution and to determine the conditions for optimizing the influence of organizational culture on the formation of the professional identity of students.

Research hypothesis: optimizing the influence of the organizational culture of a higher educational institution on the formation of the professional identity of psychology students can increase as a result of the implementation of a special training program for the psychological preparation of students, aimed at the implementation of various psychological conditions.

Research methods: theoretical (comparison of theories and methods, generalization of received information); empirical (psychological questionnaires and testing).

The scientific novelty and theoretical significance of the research results are that we revealed the essence of the organizational culture of a higher educational institution as a factor in the formation of the professional identity of students; the understanding of the process of forming the professional identity of students during their studies at a higher education institution has been deepened and clarified.

Practical significance of the obtained results. Based on the results of the scientific research, a psychological training program was developed for students to understand the role of organizational culture in the formation of their professional

identity. The main results of the research can be applied in the work of practical psychologists in career guidance, in professional counseling, in the work of the psychological service of higher educational institutions, etc.

ORGANIZATIONAL AND PSYCHOLOGICAL CONDITIONS,  
FORMATION, PROFESSIONAL IDENTITY, PSYCHOLOGIST STUDENTS

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ОЦІНКИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ СТУДЕНТІВ ВНЗ .....	9
1.1. Методологічний аналіз поняття організаційна культура в психологічних науках .....	9
1.2. Аналітичний огляд ефективних моделей організаційної культури.....	19
1.3. Професійна ідентичність та її розвиток.....	35
1.4. Становлення професійної ідентичності студентів ВНЗ.....	38
РОЗДІЛ 2. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ЗВО ЯК ЧИННИКИ СТАНОВЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ СТУДЕНТІВ-ПСИХОЛОГІВ.....	42
2.1 Технологія тренінгової програми впливу організаційної культури ВНЗ на становлення професійної ідентичності студентів-психологів.....	42
2.2. Аналіз результатів експериментального впровадження тренінгу «Вплив організаційної культури ВНЗ на становлення професійної ідентичності студентів-психологів».....	46
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57

## ВСТУП

Актуальність дослідження. Українське суспільство переживає певну кризу у сфері професійного навчання та працевлаштування молодих спеціалістів. Тому визначення ефективних чинників та умов становлення професійної ідентичності, насамперед студентської молоді, є надзвичайно актуальною проблемою. Важливе місце серед психологічних чинників становлення професійної ідентичності студентів займає організаційна культура вищого навчального закладу.

Аналіз психолого-управлінської літератури свідчить, що проблема *організаційної культури* знайшла досить широке відображення у працях західних учених (С. Девіс, Г. Лейн, Т. Морган, У. Оучі, А. Петтігрю, Т. Пітерс, Р. Рюттінгер, В. Сате, Г. Сміт, Р. Уотерман, П. Харріс, Дж. Хофштеде, Е. Шейн та ін.). Окремі аспекти організаційної культури вивчалися українськими (Л. Карамушка, В. Кириченко, В. Лозниця, Л. Орбан-Лембрик, І. Савка, Ж. Серкіс, І. Сняданко, Л. Спіцина, О. Францев та ін.) ученими. Здійснено дослідження соціально-психологічних чинників формування організаційної культури (Д. Болінже, Дж. Дістефано, Ф. Хедоурі та ін.), проблем організаційної культури в промислових та освітніх організаціях (Є. Гайдаржи, Л. Карамушка, О. Радугіна, С. Рошин, М. Семікіна, Ж. Серкіс, В. Снетков, І. Сняданко, Л. Спіцина та ін.), особливостей формування, функціонування та змін організаційної культури вищих навчальних закладів (В. Бакштановський, О. Бриттов, О. Єгоршин, О. Занковський, В. Лісовський, Н. Макаркін, О. Томилін та ін.).

Вивченням сутності *ідентичності* займалися західні (Е. Еріксон, Дж. Мід, Г. Теджфел, Дж. Тернер, З. Фрейд та ін.), та українські (А. Зубенко, Н. Кривоконь, В. Москаленко, Х. Турецька та ін.) науковці. Психологічні дослідження здійснено стосовно аналізу динаміки ідентичності в контексті соціальних змін (В. Барулін, Е. Белінська, В. Ільїн, К. Коростеліна,



В. Москаленко, О. Солдатова, В. Ядов та ін.), формування «Я-концепції» та самоідентифікації фахівців (Б. Ананьєв, Н. Антонова, М. Боришевський, О. Жирун, В. Зливков, Н. Іванова, Є. Клімов, С. Максименко, А. Маркова, Л. Міщик, А. Мудрик, В. Орестова, В. Петренко, Б. Федоришин, Н. Чепелева та ін.).

*Професійну ідентичність* вивчали В. Зливков, О. Міненко та ін. представники української психологічної наукової думки. Становлення професійної ідентичності студентів аналізували Іщук О.В., Т. Кириченко, У. Родигіна, О. Савицька та ін.

Отже, соціальна значущість проблеми та її недостатня наукова розробленість зумовили вибір теми нашого дослідження «Організаційна культура ЗВО як чинник становлення професійної ідентичності студентів-психологів»

Об'єкт дослідження – професійна ідентичність студентів.

Предмет дослідження – організаційно-психологічні умови становлення професійної ідентичності студентів-психологів.

Мета дослідження полягає у вивченні організаційно-психологічних умов становлення професійної ідентичності студентів-психологів вищого навчального закладу та визначенні умов оптимізації впливу організаційної культури на становлення професійної ідентичності студентів.

Гіпотеза дослідження: оптимізація впливу організаційної культури вищого навчального закладу на становлення професійної ідентичності студентів-психологів може підвищуватися в результаті впровадження спеціальної тренінгової програми для психологічної підготовки студентів, спрямованої на реалізацію різних психологічних умов.

Згідно з поставленою метою та висунутою гіпотезою було визначено основні завдання дослідження:

- здійснити методологічний аналіз поняття організаційна культура в психологічних науках;
- зробити аналітичний огляд ефективних моделей організаційної

культури

- проаналізувати чинники становлення професійної ідентичності;
- експериментально дослідити організаційну культуру ЗВО як чинники становлення професійної ідентичності студентів-психологів.

Методи дослідження: теоретичні (порівняння теорій і методів, узагальнення отриманої інформації); емпіричні (психологічне анкетування і тестування).

Надійність та вірогідність результатів дослідження забезпечувались методологічним обґрунтуванням вихідних положень; використанням методів, адекватних меті та завданням дослідження; репрезентативністю вибірки; кількісним та якісним аналізом отриманих результатів; статистичною оцінкою експериментальних даних.

Наукова новизна та теоретичне значення отриманих результатів дослідження полягають у тому, що нами було розкрито сутність організаційної культури вищого навчального закладу як чинника становлення професійної ідентичності студентів; поглиблено та уточнено уявлення щодо процесу становлення професійної ідентичності студентів під час навчання у закладі вищої освіти.

Практичне значення одержаних результатів. На підставі результатів наукового дослідження розроблено програму психологічного тренінгу усвідомлення студентами ролі організаційної культури у становленні їх професійної ідентичності. Основні результати дослідження можуть бути застосовані в роботі практичних психологів з профорієнтації, у професійному консультуванні, в роботі психологічної служби вищих навчальних закладів тощо.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ОЦІНКИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

#### **1.1. Методологічний аналіз поняття організаційна культура в психологічних науках**

У зарубіжній психологічній науці поняття «організаційна культура» розглядалося такими відомими вченими як Е. Шейн, Г. Хофштеде, Е. Холл, П. Друкер, Ч. Хенді, Г. Хофштед, С. Роббінз, У. Оучі, Е. Гоффман, Г. Мінцберг, Е. Петтігрю, Т. Діл, Е. Кеннеді, Р. Рюттингер, Г. Трайс, Е. Долан, М. Кастельс, Р. Лінтон Д. Денісон, К. Камерон, Р. Куїнн, Д. Коттер, Д. Хескет, Л. Аргоут, Д. Руссо.

Термін «корпоративна культура» як з'явився в ХІХ столітті. Він був сформульований і застосований німецьким фельдмаршалом на прізвище Мольтке, який застосовував його, характеризуючи взаємини в офіцерському середовищі. У ті часи взаємини регулювалися не тільки статутами, судами честі, але й дуелями: рубець від шаблі був обов'язковим атрибутом приналежності до офіцерської «корпорації». Правила поведінки, як писані, так і неписані, склалися всередині професійних співтовариств ще в середньовічних гільдіях, причому порушення цих правил могли призвести до виключення їх членів із співтовариств [18].

Інтерес, щодо природи та змісту організаційної культури, та її складової «корпоративної культури» дослідники почали говорити у кінці 70-х років ХХ століття. Першим серед них був Т. Дж. Пітерс. Він на той час працював у консалтинговій компанії McKinsey, Який в 1977 році проаналізував аспект символічного управління, щоб повернути професійного співтовариства менеджерів та консультантів до концепції «мейнстріму» у теорії організації.

Після цього він разом з Робертом Уотерманом в 1982 році показав переваги корпорацій з сильною ідеологією, що базується на широких ціннісних установках - це їхнє дослідження дало перший відчутний поштовх в дослідженні феномену організаційної культури. Через рік після цього Луїс Понд зі своїми колегами виступили редакторами першого системного викладу поглядів різних дослідників на проблеми символічного управління. У тому ж 1983 році Лінда Смірчіч досліджувала, як система прийнятих понять розвивається і підтримується в організаціях шляхом символічних організаційних процесів, а також показала, як ці поняття характеризують спільність організаційної культури та чесноти членів організації. Після цього були опубліковані ще кілька серйозних досліджень за авторством Томаса Серджованні і Джона Корбаллі, Алана Уілкінс та ін., які показали, що організаційною культурою можна і потрібно керувати. [40].

Детально почали досліджувати концепцію організаційної культури на початку 80-х років ХХ ст., тоді, коли постало питання, чому американські корпорації поступаються своїм японським конкурентам. Дослідження У. Оучі виявили, що причина цього відставання пов'язана з організаційною й національною культурою. Безперечний успіх японських організацій у конкурентній боротьбі у 60-70-х роках призвів до загального визнання значимості організаційної й національної культури. Організаційна культура з цього часу розглядається як важливий фактор конкурентної переваги [56].

Е. Шейн вважав, що організаційна культура являє собою сукупність колективних базових правил, які відкриті або вироблені певною групою людей по мірі того, як ця група вчилася вирішувати проблеми пов'язані з адаптацією до зовнішнього середовища та внутрішньої інтеграції та розроблені настільки добре, що вважаються цінними [47].

Г. Хофштеде - організаційна культура - це колективне програмування мислення, що виокремлює одну категорію людей від інших, також організаційна культура являє собою осмислення ритуалів, символів, цінностей [44].

Є. Холл виділив три положення організаційної культури :

1. Культура є набутою, а не вродженою.
2. Усі прояви культур взаємопов'язані, змінивши одну її частину, інші також зміняться.
3. Для усіх членів соціуму характерні єдині культурні цінності і культура саме визначає межі соціальних груп [34].

На думку Г. Хофштеда, культура визначається як колективне програмування думок, яке відрізняє одну групу людей [44].

П. Вейл визначає організаційну культуру як «унікальну загальну психологію організації» [42].

На думку М. Мескона, М. Альберта та Ф. Хедоурі, організаційна культура – це атмосфера, або клімат, в організації мають назву культури. Культура відображає переважаючі звички, звичаї та очікування в організації [49].

Подібне визначення дають А. Томпсон та А. Стрикленд: «Корпоративна культура є продуктом внутрішніх соціальних сил; вона являє собою взаємозалежну систему цінностей та норм поведінки, які превалюють в цій компанії». Вони підкреслюють, що кожна компанія має свій, тільки їй притаманний організаційний стиль, свою філософію та принципи, особливі методи вирішення проблем та прийняття рішень, свою ділову практику, свій кодекс цінностей, які мають найбільше значення для цієї компанії, а також особливу систему внутрішніх взаємовідносин. Вищеперераховані компоненти створюють поняття корпоративної культури, яке найбільш повно відображає так званий дух корпорації [39].

Г. Морган: вважав, що культура організації це один із способів здійснення організаційної діяльності за допомогою використання мови, фольклору, традицій та інших засобів передачі основних цінностей, переконань та ідеології, що спрямовують діяльність підприємства у потрібне русло [46].

Д.Ньюстром і К. Девіс: назвали організаційну культуру набором припущень, переконань, цінностей і норм, які роздивляються усіма членами організації.

К. Шольц: вважав, що організаційна культура являє собою неявну, невидиму і неформальну свідомість організації, яка керує поведінкою людей та, сама формується під впливом їхньої поведінки» [12].

У.Оучі визначив поняття «організаційна культура» як символи, церемонії та міфи, що повідомляють членів організації про важливі уявлення про переконання та цінності» [50].

С.П. Роббінс пропонує розглядати організаційну культуру на основі десяти характеристик, найбільш цінуються в організації, а саме:

- особиста ініціатива;
- готовність робітника піти на ризик
- направленість дій
- узгодженість рішень
- забезпечення вільної взаємодії, допомоги і підтримки підлеглих з боку управлінських служб;
- перелік правил та інструкцій, які застосовуються для контролю та спостереження за поведінкою співробітників;
- ступінь ототожнення кожного співробітника з організацією;
- система винагород;
- готовність співробітника відкрито висловлювати свої думки;
- ступінь взаємодії всередині організації, за якої взаємодія виражена у формальній ієрархії та підпорядкованості [49].

У. Берк і Дж. Литвин визначають її як "набір явних і неявних правил, цінностей і принципів, які зміцнюють і направляють організаційну поведінку".

Т. Діл і А.Кеннеді дають наступне формулювання: "Це спосіб, яким ми тут ведемо справи".

Е. Жак - Культура підприємства - це образ мислення і спосіб дії, що увійшов в звичку, який в більшій чи меншій мірі поділяють всі працівники підприємства і який повинен бути засвоєний і хоча б частково прийнятий новачками, щоб нові члени колективу стали "своїми" в колективі.

Л. Елдрідж, А. Кромбі вважали, що під культурою організації варто розуміти унікальну сукупність норм, цінностей, переконань, зразків поведінки, що визначають спосіб об'єднання груп і окремих особистостей.

Х. Шварц, С. Девіс виокремили, що культура організації являє собою комплекс переконань і очікувань, що розділяються усіма членами організації. Ці переконання і очікування формують норми, що в значній мірі визначають поведінку в організації окремих особистостей і груп.

К. Голд розглядав корпоративну культуру - як унікальні характеристики, особливостей організації, того, що вирізняє її серед усіх інших в певній галузі.

М. Пакановській, Н. О. Доннел- Тружілло визначили, що організаційна культура - це не лише одна зі складових проблеми, це сама проблема в цілому. На їхню думку, культура - це не те, що організація має, а те, чим вона є.

Л. Смірціч - Організаційна культура є надбаними смисловми системи, що передаються за допомогою природної мови та інших символічних засобів, що виконують репрезентативні, директивні та афективні функції і здатні створювати культурний простір, особливе відчуття реальності.

С. Мішон, П. Штерн розуміли організаційну культуру як сукупність поведень, символів, ритуалів і міфів, що відповідають поділюваним цінностям, властивим підприємствам, і передаються кожному члену з вуст в уста в якості життєвого досвіду [52].

В. Сате вважав, що культура являє собою набір важливих установок (часто тих, що вже не озвучуються), які поділяються членами того чи іншого суспільства. Ці найважливіші поняття складаються з норм, цінностей, підходів, переконань.

Р. Кілманом, М. Сакстон виділили, що організаційна культура - це філософські і ідеологічні уявлення, цінності, переконання, вірування, очікування, аттїюди і норми, які пов'язують організацію в єдине ціле та розділяються усіма її членами [53].

Д. Дреннан розглядав організаційну культуру - як все те, що для організації типово: її характерні риси, що превалюють відносини, зразки прийнятих норм поведінки.

А. Вільямс, П. Добсон, М. Уолтерс вважали, що культура - це загальні для всіх, відносно стійкі переконання, відносини і цінності, що існують усередині організації.

А. Фурнхам, Б. Гунтер виокремили, що це колективні для всіх вірування, установки та цінності, які існують в організації. Іншими словами, культура - це те, як ми тут працюємо [36].

А. Мак-Лін, Ж. Маршалл визначали, що організаційна культура є сукупністю традицій, цінностей, установок, переконань і відносин, які створюють всеосяжний контекст для всього, що ми робимо або про що думаємо, виконуючи роботу в організації.

Е. Браун робив акцент у визначенні організаційної культури, що це набір переконань, цінностей і засвоєних способів вирішення реальних проблем, що сформувався за час життя організації і має тенденцію прояву в різних матеріальних формах і в поведінці членів організації.

Б. Карлофф розглядав культуру корпорації як певні позиції, точки зору, манери поведінки, в яких втілюються основні цінності, вираз цих цінностей втілено в організаційній структурі і в кадровій політиці.

М. Армстронг – визначав корпоративну культуру як сукупність переконань, відносин, норм поведінки і цінностей, спільних для всіх працівників даної організації. Вони можуть не бути чітко виражені, але при відсутності прямих інструкцій визначають спосіб дій і взаємодій людей і в значній мірі впливають на хід виконання роботи [40].



Б. Феган вважав, що організаційна культура – це історія, представлена в сьогоденні. Це ідеї, інтереси і цінності, що розділяються групою. Сюди входять досвід, навички, традиції, процеси комунікації та прийняття рішень, міфи, страхи, надії, устремління і очікування, реально випробувані вами або вашими співробітниками. Організаційна культура - це те, як люди ставляться до добре зробленої роботи, а також те, що дозволяє обладнанню та персоналу працювати гармонійно разом. Це клей, який тримає, це масло яке пом'якшує. Це те, чому люди займаються різною роботою в рамках компанії. Це те, як одні частини компанії бачать інші її частини і які форми поведінки вибирає для себе кожен підрозділ в результаті цього бачення. Вона проявляє себе відкрито в жартах і шаржах на стінах, або тримається під замком і оголошується тільки своїм. Це те, про що знають всі, за винятком, можливо, керівника [35].

Д. Ньюстром, К. Девіс розглядали організаційну культуру як набір припущень, переконань, цінностей і норм, які поділяються усіма членами організації.

Д. Мартін вважав, що організаційна культура проявляється коли люди вступають в безпосередню взаємодію з організацією, вони стикаються з прийнятою у ній манерою одягатися, розповідями співробітників про те, що відбувається в організації, встановленими правилами і практикою роботи, загальноприйнятими нормами поведінки, традиціями, завданнями, системою оплати, жаргоном і жартами, які зрозумілі тільки членам організації і т.д. Ці складові елементи і є проявами організаційної культури [20].

Вже у 2000-х роках з'явилося визначення організаційної культури як динамічної системи правил.

Д. Мацумото визначив, що організаційна культура – це динамічна система правил, поділюваних членами організації. Такі правила включають в себе різноманітні психологічні конструкти, наприклад відносини, цінності, переконання, норми і поведінку. Це щось більше, ніж просто поведінкові практики, які ми спостерігаємо в повсякденному виробничій діяльності. Вона має відношення до глибоко вкорінених цінностей і переконань, які вважають

важливими для себе не тільки окремі працівники, а й вся організація в цілому [13].

Вітчизняні дослідження проблеми організаційної культури проводилися наступними дослідниками: Дмитренко Г.О, Кириченко В.О., Максименко Т.В., О.О. Максименко О.О, Карамушка Л.М, Оборська С.В., Шершньова З.О., Е. Шарапова Е.О., Усачова В.В., В. О. Співак В. О., Т. Ю. Базаров Т. Ю.

Інтерес до дослідження організаційної культури у вітчизняній психології почав з'являтися вже в 30-ті роки ХХ ст. започаткувалося воно з того, що Г.А. Гастеев, керівник Центрального інституту праці увів поняття “організаційна культура”, і розглядав його як «культура продуктивності людини є передумовою її трудової культури», він розглядав соціально-психологічну культуру поведінки на виробництві «результується в підйомі загальної культури виробництва; культура рухів органічно переходить у культуру поведінки, а особиста культура — в колективну». [18].

Вчені, що досліджують організаційну культуру, намагалися визначити і розмежувати значення двох споріднених понять: «клімат» і «культура» в контексті організації. Більшість дослідників дійшла висновку, що культура є більш стабільною і тривалою характеристикою організації, та її важче діагностувати і оцінити. Організаційна культура пов'язана з почуттям приналежності до організації незалежно від ступеня комфортності повсякденній робочій обстановки, і багато дослідників приходять до думки, що організаційна культура настільки невловима, що часом навіть самі співробітники організації не можуть точно сказати, в чому вона полягає [36].

У 1990-99-х роках організаційна культура розглядається більше в контексті корпоративної культури.

Р.Л. Кричевський вважав, що корпоративна культура охоплює більшу частину явищ духовного і матеріального життя колективу: домінуючі в ньому моральні норми і цінності, прийнятий кодекс поведінки й укорінені

ритуали, манера персоналу одягатися і встановлені стандарти якості, що випускається тощо [18].

Ю. Г. Одегов, П. В. Журавлев дотримувалися думки, що корпоративна культура - це сукупність типових для неї цінностей, норм і точок зору або ідей, які свідомо або підсвідомо формують зразок поведінки для співробітників організації. Вони входять в традицію, піддаються змінам і можуть бути опізнані за символами. Культура організації може розглядатися як вираз цінностей, які втілені в організаційній структурі і в кадровій політиці.[31].

В. В. Томілов робив акцент на тому, що корпоративна культура це сукупність мислення, що визначає внутрішнє життя організації; це образ мислення, дії та існування. Культура корпорації може розглядатися як вираз основних цінностей в організаційній структурі; системі управління; кадровій політиці, надаючи на них свій вплив [31].

В. О. Співак: розглядав організаційну культуру як корпоративну культуру як систему матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою, притаманних даній корпорації, що відображають її індивідуальність та сприйняття себе та інших у соціальному та речовому середовищі, що проявляється в поведінці, взаємодії, сприйнятті себе і навколишнього середовища. Він виділяє два типи культури: матеріальну, в яку виходять фізичні об'єкти, що створені людиною та нематеріальну духовну культуру, в яку входять норми, правила, моделі поведінки, цінності, символи, ритуали традиції, мова.

Розмежовувати ці поняття почав вітчизняний психолог Т.Ю.Базаров. Він розглядав корпоративну культуру як ціннісно-нормативний простір, у якому існує корпорація що взаємодіє з іншими організаційними структурами, а організаційна культура - це інтегральна характеристика організації, а саме її цінностей, моделей поведінки, способів оцінки діяльності, що дана на мові певної типології. Організаційна культура - це складний комплекс припущень, бездоказово приймаються всіма членами конкретної організації і задають

загальні рамки поведінки, прийняті більшою частиною організації. Виявляється в філософії та ідеології управління, ціннісних орієнтаціях, віруваннях, очікуваннях, нормах поведінки. Регламентує поведінку людини і дає можливість прогнозувати його поведінку в критичних ситуаціях [6].

Вже у двохтисячних роках вітчизняна психологія перейшла до поняття «організаційна культура».

Традиційно організаційна культура розглядається як набір найбільш важливих припущень, що приймаються усіма членами організації та ці припущення мають вираження у цінностях, заявлених в організації, що задають людям орієнтири їхньої поведінки та дій. Цієї думки дотримуються такі вітчизняні вчені як О. С. Віханський, Б. Ф. Усманов, З. П. Румянцев [27].

На думку Т. Ю. Базарова, організаційна культура має прояв у філософії та ідеології управління організацією.

Т. О. Соломанидина розглядає організаційну культуру як «духовне поле компанії».

О.В. Василевська – розглядали корпоративну культуру як набір найбільш важливих припущень, що прийняті членами організації та одержують вираження в заявлених організацією цінностях, які задають людям орієнтири їх поведінки та дій, які передаються через символічні засоби духовного і матеріального внутрішньоорганізаційного спілкування [27].

В.О. Погребняк вважав, що організаційна культура - це окрема сфера організаційної реальності, що складається з комплексів спеціалізованих та певним чином впорядкованих матеріальних і віртуальних ресурсів і результатів праці робітників, що включають в себе систему сформованих міжособистісних відносин та об'єднує сукупності взаємопов'язаних організаційних явищ і процесів, в надрах яких завдяки цілеспрямованим діям персоналу, що відбувається одразу в трьох відокремлених культурних просторах: виробничому, економічному і соціальному - перетворення

вищеназваних ресурсів і часткових результатів в кінцеві продукти діяльності системи в цілому.

О.О. Максименко вважає, що культура організації - відносини, норми і цінності, стилі поведінки, які відтворюються між людьми, вважаючи ознака відтворення ключовим в аналізі та функціонуванні організаційної культури.

Е. О. Смірнов визначив організаційну культуру - як система суспільно-прогресивних формальних та неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, особливостей поведінки персоналу даної організаційної структури, стилю керівництва, показників задоволеності працівників умовами праці, рівня взаємного співробітництва і сумісності організації між собою і з організацією, перспектив розвитку.

З.П. Румянцева розглядає організаційну культуру у контексті того, що виробляється організацією: спільні цінності, соціальні норми, установки поведінки, які регламентують дії особистості.

С.В. Шекшня розглядає організаційну культуру як цінності, відносини, поведінкові норми, характерні для даної організації. Організаційна культура показує типовий для даної організації підхід до вирішення проблем. [32].

У даній роботі ми будемо дотримуватися визначення з великого психологічного словника під редакцією Б.Г. Мещерякова і В.П. Зінченка: організаційна культура - це сукупність цінностей, переконань, способів мислення, а також символів, ритуалів і звичок, що є спільним для всіх співробітників підприємства та транслуються новим членам як нормативні та правильні [10].

## **1.2. Аналітичний огляд ефективних моделей організаційної культури**

Модель організаційної культури За К.С. Куїнном і Р.Е. Камероном

В основу даної моделі було покладено чотири групи критеріїв, які визначають стрижневі цінності організації [52]:

1. гнучкість і дискретність;
2. стабільність і контроль;
3. внутрішній фокус та інтеграція;
4. зовнішній фокус та інтеграція.



**Рис. 1.1 Модель організаційної культури За К. Куїном і Р. Камероном**

На основі діагностики ступеню домінування тих чи інших усвідомлюваних цінностей співробітників по відношенню до різних аспектів робочого середовища можна діагностувати ступінь вираженості типів організаційної культури. Вони розробили 4 типи: ієрархічна культура, ринкова культура, кланова культура та адхократична культура.

*Ієрархічна культура* – найдавніша за часом виникнення культура – була виділена на основі аналізу работ Макса Вебера, який досліджував урядові організації 1800-х років. Ті часи характеризувалися початком промислової революції та організаціям потребувалося залишатися на такому ж рівні продуктивності виробництва, в умовах, що постійно ускладнювали роботу.

Класичні атрибути ієрархічної культури, що гарантують високу ефективність: правила, спеціалізація, система відбору за оцінюванням, ієрархія, роздільна власність, знеособлення та облік.

Організації з ієрахічною організаційною культурою характеризується як формалізоване та структуроване місце роботи. Робітниками на підприємстві керують процедури та правила.

Керівники – гарні координатори та організатори.

Важливим елементом діяльності є підтримання плавного ходу роботи організації.

Довготривале піклування фірми складає те, що вона організовує стабільність, передбачуваність та рентабельність.

Організацію об'єднують формальні правила та офіційна політика підприємства.

Організації, для яких характерна ієрархічна культура: ресторани швидкого харчування, об'єднані групи компаній, урядовим органам, юстиції. Загалом дана організація домінує у великих організаціях та урядових органах, про що свідчить безліч стандартизованих процедур та велика кількість ієрархічних рівнів та акцент на підкріпленні правилами та нормами усіх сторін діяльності.

Ключові цінності концентруються навколо підтримання рентабельності, надійності, швидкості обслуговування та плавності виробничого процесу.

Підсумовуючи вищевикладене, можна підсумувати:

Ієрархічна культура - формалізоване та структуроване місце роботи

Керівники: гарні координатори та організатори праці

Турботу організації складає забезпечення стабільності, рентабельності та передбачуваності

Об'єднує співробітників - офіційна політика та формальні правила.

Успіх розцінюється як забезпечення чіткості та плавності виробництва та налагоджені форми процедури для усіх дій працівників.

*Ринковий тип* організаційної культури виокремився у 1960-ті роки ХХ ст. у період появи все більшої конкуренції серед багатьох підприємств. Даний тип характеризує організацію, яка функціонує як ринок: орієнтована

на зовнішнє оточення, аніж на внутрішньо-організаційні справи. Увага фокусується на взаємодії із зовнішніми клієнтами, споживачами, постачальниками, професійні союзи тощо.

Внутрішній контроль у таких організаціях підтримується завдяки механізмам ринкової економіки, та грошовий обмін.

Фокус ринку налаштований на проведення операцій з іншими клієнтами задля досягнення конкурентних переваг.

Головні установки організації: велика прибутковість, підсумкові результати, сила в ринкових нішах, розтяжна мета та безпечні споживчі бази.

Основна мета у організацій з ринковим типом: конкурентоздатність та продуктивність. Мета досягається завдяки великому акценту на зовнішніх позиціях та контролі.

Базисні припущення ринкової культури:

1. Зовнішнє оточення є ворожим викликом, а не милістю долі.
2. Споживачі перебірливі та зацікавлені у придбанні цінностей.
3. Підприємство займається бізнесом з метою посилення свого положення в конкурентній боротьбі.
4. Головне завдання керівництва – ведення організації до підвищення продуктивності, результату і кінцевого прибутку.
5. Шлях до отримання максимальної продуктивності та прибутку – агресивна стратегія ведення бізнесу.

Підсумовуючи вищевикладене, можна підсумувати:

Ринкова культура – місце для роботи, що орієнована на результат.

Керівники: тверді та суворі конкуренти, вони непохитні та вимогливі.

Організацію об'єднує прагнення до перемоги.

Довготривале піклування концентрується на конкурентних діях і досягненні розтягнутих у часі цілей.

Успіх розцінюється у термінах ринкової частки та проникнення на ринки збуту. Важливим елементом досягнення успіху є випередження суперників у конкурентній боротьбі та лідерство на ринку.



*Кланова культура* виокремилася в окремий тип після проведення досліджень японських організацій у другій половині 20 ст. даний тип культури нагадує більше велику дружню родину, аніж підприємство. організації з даним типом культури просякнуті відчуттям “ми -організації” та характеризуються згуртованістю колективу та спільними цінностями, цілями та ідеалами. правила та жорсткий регламент, який присутній в організаціях бюрократичного типу та конкуруючих центрів ринкової культури, в організаціях кланового типу замінює бригадна робота, залученість найманого персоналу у ведення бізнесу та корпоративні зобов’язання перед даними працівниками.

Основні характеристик роботи працівників:

Бригади працюють напівавтономно та отримують винагороду на основі результатів усієї бригади.

Самостійне працевлаштування та звільнення бригадами своїх співробітників.

Наявність так званих “гуртків якості” метою роботи яких є схвалення працівників.

Висловлювати припущення про поліпшення якості роботи та підвищенню показників діяльності організації.

Основні припущення кланової культури:

Із зовнішнім оточення легше впоратися, якщо організувати бригадну роботу та дбати про підвищення кваліфікації працівників бригад.

Споживачів треба сприймати як партнерів.

Фірма працює в бізнесі, що створює гуманне зовнішнє середовище.

Головне завдання керівництва – делегування найманим працівникам повноважень та полегшення їхньої участі в бізнесі, а також прояв прихильності роботі та організації загалом.

На думку авторів, даний тип організаційної культури є ефективним, коли в умовах швидкоплинності зовнішнього оточення керівникам важко робити далекоглядні плани та майбутнє невизначено, ефективним способом

управління є впевненість у тому, що усі співробітники розділяють однакову мету та цінності.

До основних характеристик кланової культури можна віднести:

Мінімум рівнів керівництва в організації загалом.

Неофіційність та самоуправління, наприклад, кабінет керівника може використовуватися як конференц-зал.

Усі наймані працівники мають вплив на функціонування організації, наприклад володіння акціями компанії.

Згуртованість роботи – усі працівники об'єднані в бригади, які утворюються на добровільній основі.

Участь працівників у прийнятті усіх рішень стосовно організації.

Ротація працівників у виконанні завдань, наприклад, водії можуть займатися реєстрацією вантажу, який зазвичай перевозять.

Підводячи підсумки, можна зазначити:

Кланова культура являє собою дружнє місце роботи, і працівники мають багато спільного окрім робочих завдань та довіряють одне одному.

Керівники підприємства мислять як вихователі чи батьки.

Організація функціонує завдяки відданості традиціям.

Робиться акцент на високій обов'язковості фірмі та довготривалій вигоді від самовдосконалення особистості робітника. Велике значення має згуртованість колективу та організаційного клімату.

Успіх розцінюється як здоровий зовнішній організаційний клімат, піклування про людей. Звичною формою праці є бригадна робота та участь усіх співробітників у бізнесі.

*Ієрархічна культура* – найдавніша за часом виникнення культура – була виділена на основі аналізу робіт Макса Вебера, який досліджував урядові організації 1800-х років. Ті часи характеризувалися початком промислової революції та організаціям потребувалося залишатися на такому ж рівні продуктивності виробництва, в умовах, що постійно ускладнювали роботу.

Класичні атрибути ієрархічної культури, що гарантують високу ефективність: правила, спеціалізація, система відбору за оцінюванням, ієрархія, роздільна власність, знеособлення та облік.

Організації з ієрархічною організаційною культурою характеризується як формалізоване та структуроване місце роботи. Робітниками на підприємстві керують процедури та правила.

Керівники – гарні координатори та організатори.

Важливим елементом діяльності є підтримання плавного ходу роботи організації.

Довготривале піклування фірми складає те, що вона організовує стабільність, передбачуваність та рентабельність.

Організацію об'єднують формальні правила та офіційна політика підприємства.

Організації, для яких характерна ієрархічна культура: ресторани швидкого харчування, об'єднані групи компаній, урядовим органам, юстиції. Загалом дана організація домінує у великих організаціях та урядових органах, про що свідчить безліч стандартизованих процедур та велика кількість ієрархічних рівнів та акцент на підкріпленні правилами та нормами усіх сторін діяльності.

Ключові цінності концентруються навколо підтримання рентабельності, надійності, швидкості обслуговування та плавності виробничого процесу.

Підсумовуючи вищевикладене, можна підсумувати

Ієрархічна культура - формалізоване та структуроване місце роботи

Керівники: гарні координатори та організатори праці

Турботу організації складає забезпечення стабільності, рентабельності та передбачуваності

Об'єднує співробітників - офіційна політика та формальні правила.

Успіх розцінюється як забезпечення чіткості та плавності виробництва та налагоджені форми процедури для усіх дій працівників.

*Адхократичний тип культури* це тип, що з'явився у період переходу від домінування індустрії до домінування інформації. даний тип, на думку авторів, найбільш адекватно реагує на умови у яких відбувається життєдіяльність організацій, у XXI столітті.

Адхократичий тип являє собою культуру кардинально іншу, аніж усі попередні типи. Організація з адхократичною культурою має припущення, що ключ до успіху - новаторські зміни, які випереджують час.

Основою функціонування є розробка нової продукції, удосконалення послуг, планування розробки новітньої продукції.

Основне завдання керівництва – це прискорення підприємництва, освоєння нових напрямків роботи, заохочення творчого підходу до справи.

Найефективнішими керівниками є ті, що здатні передбачати майбутнє, новаторство, творчий підхід, та готовності йти на ризик задля отримання унікальних ресурсів

Через те, що в організаціях з адхократичним типом організаційної культури домінуючою є думка про те, що адаптація до середовища що постійно змінюється та постійні нововведення є основою для отримання нових ресурсів та як наслідок підвищення прибутку. Тому основний акцент має бути зроблений на передбаченні майбутнього та певній анархічності організації, але з підпорядкуванням внутрішній дисципліні підприємства.

Співробітники за даним типом культури виконують свої обов'язки у складі так званої «бригади», яка припиняє своє існування у той час як виконає поставлене перед нею завдання. Для наступного робочого завдання утворюється нова «бригада», а її склад залежатиме від особливостей завдання, яке потрібно буде виконати. Також такі групи легко піддаються реорганізації, якщо цього вимагають обставини. Основною метою є прискорити адаптивність, забезпечити високу лабільність та творчий підхід до роботи у ситуаціях, які є невизначеними, двозначними або сповнені розрізненою інформацією.

Типи організацій, яким притаманна адхократична культура, на думку авторів, це аерокосмічна промисловість, ІТ сфера та розробка програмного забезпечення, компанії, які надають висококваліфіковані послуги у сфері консультування та кіновиробництво.

Виклик: це необхідність виробництва новітньої продукції та надання унікальних послуг паралельно з адаптацією до нових умов ведення бізнесу та швидкоплинності змін і, як наслідок, нових можливостей.

Адхократична культура не використовує централізовану владу та авторитарність та беззаперечність авторитетів. Влада передається від співробітника до співробітника або від однієї бригади до іншої в залежності від особливостей завдання, яке треба вирішити. У даній культурі, не зважаючи на колективну роботу, акцент робиться на індивідуальності схваленні ризику та здібності передбачати майбутнє. у роботі кожного з підрозділів організації беруть участь майже усі працівники, наприклад спілкування з клієнтами чи процесу розробки нових продуктів їх безпосереднього виробництва. іноді адхократичні блоки культури можуть виникати і на підприємствах з іншим типом організаційної культури.

Характеристики, за якими визначається наявність даної культури в організації або в окремому структурному підрозділі:

1. Відсутність будь-якої організаційної схеми, через те, що відділ змінюється досить часто і ці зміни швидкі для фіксування структури.

2. Тимчасовий фізичний простір - керівник не має певного офісу та організовує тимчасовий офіс для певних операцій тоді, коли вважає за потрібне.

3. Тимчасові ролі - відповідальність та звільнення від неї співробітників підрозділу залежить від характеру завдань, що ставляться перед робітниками клієнтом.

4. Новаторство та творчість - наймані працівники отримують стимули, які схвалюють у них формування новаторських рішень завдань та створення нових шляхів надання клієнтам послуг.

Підводячи підсумки, можна зазначити, що адхократична культура - це динамічна, новаторська та творча організація або підрозділ.

Співробітники готові жертвувати собою та йти на ризик, керівництво - вдало поєднує вміння передбачати майбутнє у межах організації та новаторство і орієнтація на ризик.

Основа діяльності підприємства це дії в умовах постійної діяльності, виробництва продукції та надання унікальних новітніх послуг клієнтам. Важливим аспектом є готовність до швидких змін та “прийняття викликів оточення”.

Акцент у роботі таких підприємств - це швидке зростання та отримання найновіших технологій та ресурсів. успіх [32].

Визначається як виробництво унікальних продуктів та надання неповторних, оригінальних та нових послуг.

Однією з най розповсюдженіших серед психологів моделей організаційної культури є модель за авторством Едгара Шейна [36].

На його думку на організаційну культуру впливають прямі та опосередковані механізми.

Він виділив три основних рівня організаційної культури:

1. Поверхневий або рівень артефактів і символів.
2. Підповерхневий або рівень цінностей.
3. Глибинний або рівень базових припущень.

До першого рівня організаційної культури відносяться артефакти, вони яскраво виражені та можуть бути ідентифіковані не тільки співробітниками організації, але й також можна побачити в наступних аспектах:

Фізичні артефакти – це фізичний простір організації, інтер’єр, дизайн приміщення, навіть стиль одягу співробітників, загальноприйнятий стиль поведінки працівників, сувеніри та винагороди і усе, що знаходяться на робочому місці працівників.

Мовленнєві артефакти – мова, що транслює культуру за допомогою манери мови, типу звуків, лозунгів та виразів, що використовуються в організації.

Історії та міфи які переважають у спілкуванні співробітників свідчать про те, який тип людей має бути зразковим для співробітників та у якому ключі має подаватися інформація, як слід поводитися у організації. Найбільш яскравим маркером правил поведінки на підприємстві є фрази «у нашій організації так роблять», «на нашій фірмі так не кажуть», «на цьому заводі таке не прийнято робити». Ці історії та міфи можуть стосуватися як повсякденних робочих моментів, так і ключових подій і про історію організації в цілому.

Технології – частина загальної культури, через те, що вони формують та відображають основні цінності та припущення через операції, матеріали та знання.

Видимі традиції – мають своє відображення у церемоніях та ритуалах, соціальних практиках, традиціях керівництва та звичках роботи, що дає можливість побачити стиль роботи певної організації.

Символи – легко помітити при початковому контакті з організацією, але що вони насправді означають інколи зрозуміти досить важко, та не завжди можна розтлумачити вірно.

Другий рівень організаційної культури складають стандарти, цінності та правила поведінки та способи, вираження місії та стратегій та власної філософії компанії.

Ціннісні орієнтації та вірування можна побачити в проявах організації, а саме:

Моральні погляди, етичні правил, цінності та філософія компанії – кожна організація утворює окрему спільноту, необхідним атрибутом якої є створення власних цінностей та моралі.

Стратегія, та цінності – комплексний план управління компанією, що має на меті забезпечити координацію зусиль та залучення як споживачів так і громадськості загалом.

Кодекс поведінки та норми взаємин – збірка правил або неписані закони, що відображають фундаментальні принципи, що лежать в основі корпоративної культури та етики організації.

Цілі та цілепокладання – кінцевий результат, на досягнення якого спрямована це уся діяльність компанії, це вихідний момент для прогнозування та планування діяльності компанії, а також шляхи їх здійснення.

Місія та девізи – один з ключових показників організаційної культури підприємства, це служить метою існування компанії, окрім отримання матеріального прибутку, це є основою формування та існування організації. До складу місії входить вірування. Принцип побудови роботи, відображає мету створення підприємства, відмінність від інших учасників ринку та визначає ту роль, що хоче відображати дана організація у суспільстві.

До третього рівня організаційної культури відносяться базові припущення, які глибоко вкоренилися в ОК підприємства і вже розглядаються як очевидна і несвідома поведінка. Зсередини організації досить важко виокремити, що саме відноситься до базових припущень через те, що вони знаходяться на несвідомому рівні в кожного зі співробітників через давність виникнення та завжди беззаперечність виконання.

Припущення являє собою певну віру у сприйняття певних речей, таких як даність, факт, беззаперечне кредо. І як наслідок цього дії, пов'язані з даними припущеннями не сприймається як щось незвичне, невірне, що можна поставити під сумнів та ніколи такі дії не полягають оскарженню з боку працівників. У випадку, якщо певні припущення артикулюються та проговорюються, які здаються ізольованими, незрозумілими та суперечливими, то артефакти та цінності стають узгодженими один з одним та зрозумілими.



Можна виділити шість типів припущень, що формують модель для кожного підприємства [31]:

1. Припущення про те, що являє собою «істина» в матеріальних та соціальних питаннях, яким чином взаємопов'язані реальність та істина та питання про те, чи повинна розкриватися істина.

2. Припущення про те, наскільки важливий час в групі і як визначати та вимірювати час.

3. Припущення про те, кому належить право розподіляти простір і яким саме чином його розподіляти, символічне значення простору довкола людей та роль, яку відіграє він у формуванні взаємозв'язків між людьми та межі між близькістю та недоторканою частиною життя співробітників.

4. Основні припущення про внутрішні або кінцеві аспекти людської сутності, та питання про те, чи являється вона гарною чи поганою та чи може бути вдосконаленою.

5. Припущення про зв'язок організації з довкіллям, про розуміння роботи та гри, а також про важливість діяльності та пасивності.

6. Припущення про правильність шляху спілкування людей один з одним та існуючих способів розподілу обов'язків та влади, відносних переваг співробітництва чи конкуренції, індивідуальної роботи чи групового співробітництва та основи лідерства – традиційна влада чи харизма або закон. Також включає в себе відповідні способи вирішення конфліктних ситуацій та конфліктів загалом і прийняття рішень.

Часто дані три рівні моделі організаційної культури зображуються у вигляді цибулини, через те, що вони відповідають трьом шарам: поверхневому, підповерхневому, глибинному. З чого можна зробити висновок, що чим глибше шар – тим складніше його ідентифікувати та вплинути.

Артефакти та символи, що являють собою поверхневий шар – легко піддаються зміні та легко адаптуються .

Цінності, які складають підповерхневий шар часто також містять у собі співробітників, так званих «героїв», які відіграють зараз або ж відігравали у історії компанії важливу роль та особистості яких викликають захоплення у колективу.

Глибинний шар – це базові припущення про те, як влаштований «світ організації» у відповідності до світосприйняття людей, що мають відношення до організації та інколи можуть не являтися її співробітниками. Такі припущення не усвідомлюються як щось інакше, віддільне від організації тому важко піддається ідентифікації та потребує досвіду та навичок у її змінненні.

У. Оучі розробив модель організаційної культури по типу «Z» на основі своїх досліджень організацій американської та японської культури.

Він виділив три основні типи організаційної культури [50]:

Ринкова культура – характеризується переважанням відносин побудованих на вартості та орієнтацією на прибуток. Джерело влади у таких компаніях – власність ресурсів.

Бюрократична – характеризується переважанням чіткого регламенту, правил та процедур. Джерело влади – компетентність членів організації.

Кланова – доповнює ринкову та бюрократичну культуру, основа – внутрішні цінності та джерело влади у тих, хто формує і транслює, основа – внутрішні цінності та джерело влади у тих, хто формує і транслює.

У. Оучі у своєму дослідженні проаналізував сім змінних, що входять до складу організаційної культури, серед яких були [50]:

- зобов'язання організації по відношенню до співробітника;
- оцінка виконання роботи;
- планування кар'єри;
- система контролю;
- прийняття рішень;
- рівень відповідальності;

- інтерес до людини.

Зобов'язання організації по відношенню до співробітника: в організаціях японських компаній, типових американських компаній та американських компаніях типу «Z» високо цінується низька плинність кадрів, звільнення використовуються тільки у тому випадку, коли немає іншого шляху. Відмінним є те, якими шляхами підтримується дана культурна цінність і вказує на розбіжностях в типах організацій. У Японії використовується система однієї роботи на все життя, у американських установах – короткотривале працевлаштування, яке дозволяє особистості мати свободу вибору, але на практиці більшість американських службовців будують кар'єру в межах однієї установи [15].

Оцінка виконання роботи: усі три типи організацій проводять оцінювання співробітників, використовуючи кількісні та якісні методи вимірювання. Але у американських компаніях цінується швидке просування кар'єрними сходами, що засноване на оцінці роботи за допомогою великої кількості якісних вимірювань.

Планування кар'єри: кількість необхідних для виконання функцій у процесі просування кар'єрним сходами має значні відмінності між американським та японським компаніями. У американських організаціях переважає вузька спеціалізація, у японських – широка, організації типу «Z» пропонують помірну спеціалізацію, яка включає від трьох до п'яти функцій.

Система контролю: американські організації мають чітку формальну систему звітності; у японських – неформалізована та мало структурована система. Модель «Z»-організації має японську систему контролю, найбільш ефективним механізмом контролю, на думку У Оучі є організаційною культурою.

Прийняття рішень: американська організація – переважає індивідуальне прийняття рішень; японська і «Z»-організація – прийняття рішень на рівні групи та на основі консенсусу.

Рівень відповідальності: у американських організаціях також переважає індивідуальний; у японських - групова; у «Z»-організаціях – індивідуальна відповідальність, але зі збереженням колективного прийняття рішень. За даним параметром організації «Z» має відбуватися узгодження між груповим прийняттям рішення та індивідуальною відповідальністю, на думку Оучі це відбувається завдяки використанню механізму активної участі в управлінні, що передбачає збереження за працівником останнього слова. Завдяки чому дані організації можуть бути збережені від прийняття невірних рішень через те, що за наслідки прийняття рішення колективно несе відповідальність співробітник індивідуально [54].

У. Холл також розробив власну класифікацію організаційної культури, яку назвав абеткою корпоративної культури,

А - поверхневий рівень, до нього відносяться артефакти та етикет, а також конкретні елементи культури, що можна побачити одразу: мова, стиль привітань, форма одягу та фізичне розташування приміщень: їхнє місце розташування, окремі чи об'єднані, закриті чи відкриті.

В - середній рівень, що складає поведінку та дії: стійкі зразки та стереотипи поведінки, шляхи прийняття рішень, ставлення до конфліктів та проблемних ситуацій та організацію групової роботи загалом.

С - ядро корпоративної культури: мораль, цінності та переконання. ціннісні судження більшості співробітників організації, що є “правильно або неправильно робити в нашій компанії” та питання етичності чи неетичності вчинків. на думку Холла у більшості організацій формується колективна точка зору на етичні питання і моральні цінності [54].

### 1.3. Професійна ідентичність та її розвиток

Протягом останніх кількох десятиліть риси особистості досліджувалися в психології праці, психології особистості, психології розвитку, психології освіти та соціальній психології, які важливі для ефективної роботи та задоволення від роботи в своїй галузі, це професійна ідентичність, самоактуалізація та самоактуалізація особистості. Теорія самоефективності А. Бандури— як результат успішного професійного розвитку, але й навпаки: відчуження, маргіналізація особистості в соціально-професійній сфері, нереалізованість [16].

Концепція професійної ідентичності була широко розроблена Л.Б. Шнайдером і використана при вивченні процесу професіоналізації психіатрів. Ідентичність розуміється як «повідомлення самому собі про те, хто я є і що моє...» не взагалі, а пов'язане з професійною сферою [37, 184]. Професійна ідентичність є результатом інтеграції процесів професійного самовизначення, розвитку особистості та її самоорганізації; це характеристика усвідомлення і самосвідомості людини, як суб'єкта професійної діяльності, в якій вона ідентифікує (або виокремлює, відрізняє) свою ділову (від інших видів професійної діяльності) і співвідноситься з іншими (представниками себе) професійною спільнотою.

Професійна ідентичність допомагає людині скласти уявлення про себе в сьогоденні та майбутньому. І в цій якості поняття професійної ідентичності доповнює і певною мірою включає описаний Клімовим опис психологічної структури праці (в основі якої лежить відображення суттєвих компонентів праці, необхідних для її успішного виконання). відображення набутого випробуванням професійного досвіду.

Поняття професійної ідентичності характеризує не тільки особливості свідомості суб'єкта праці, а й його самосвідомість, воно використовує ідеї Я-концепції Д. Сьопера, а також уявлення А. Бергсона про дві форми пам'яті (активна і пасивно - споглядальна) . Пасивна пам'ять, за Бергсоном, фіксує

індивідуальні особливості, що диференціюють уявлення - і на цій основі можливе відчуження (відділення власної особи від інших, спостережуваного об'єкта від інших об'єктів). Активна пам'ять дозволяє виокремити подібність об'єктів і лежить в основі явища ідентифікації, здатності людини бачити спільними об'єкти, що належать до певної цілісності, бачити в них тотожні об'єкти [23]. Таким чином, ідентифікація ідентичності йде рука об руку з відчуженням (ідентифікацією відмінностей). Зазвичай професійна ідентичність формується шляхом відмітки відмінностей між собою, своєю компанією, своїм професійним співтовариством та іншими їх формами. Професійна ідентичність розуміється як явище, аналогічне соціальної ідентичності, етнічної ідентичності, гендерної ідентичності тощо.

У більш розвинутих формах професійна ідентичність включає розвиток професійного досвіду, залучення до професійного співтовариства, реальну професійну практику в сфері складних професійних завдань, потребу в професійному спілкуванні, передачу досвіду і творчий підхід до справи.

Зовнішні (об'єктивні) джерела формування професійної ідентичності визначені, встановлені державними стандартами професійної освіти, типовими варіантами професійної кар'єри, усталеною системою професійних знань, понять, засобів, професійних цінностей і норм.

До внутрішніх джерел професійної ідентичності належать позитивні емоційні переживання, які супроводжують процес набуття професійних знань, позитивні переживання уявлень про себе як про професіонала, пошук шляхів професійного розвитку тощо.

Л. Б. Шнайдер зазначає, що професійна ідентичність формується в процесі навчання і самопрактики протягом багатьох років, зазвичай приблизно у віці 30-35 років (якщо мова йде про складну професію), але може досить сильно і швидко змінюватися, якщо її базові компоненти - бізнес, інші (професійне співтовариство, спілкування) та образ себе або одного з них [37].

У професійному житті бувають ситуації, в яких людина змушена пристосовуватися або змінювати свою професійну ідентичність. Ця зміна може вимагати значних особистих зусиль, особливої внутрішньої роботи, певної психологічної гнучкості, здатності побачити себе з боку, переосмислити цінності.

Шнайдер окреслив основні етапи розвитку професійної ідентичності: допрофесійний (на рівні дитячих фантазій); допрофесійна (характерна для початкового періоду професійного самовизначення старшокласників); інформаційний (під час навчання в ПТНЗ); професійний (з моменту початку самостійної роботи після завершення циклу професійної підготовки) [37].

Структурні компоненти професійної ідентичності: смисли трудової діяльності, суб'єктивно значущі цінності, набір професійних перцептивних еталонів (образних) еталонів трудових компонентів. Запропоновано узагальнену характеристику рівня розвитку професійної ідентичності за аналогією з різними рівнями розвитку пам'яті: «невисловлена ідентичність; яскраво виражений, але пасивний; виражений, активний; виражений, відкритий і стійкий» [34]. Можливе формування хибної професійної ідентичності (що зводиться до бездумного оволодіння зовнішніми ознаками професійної приналежності, небажання брати на себе відповідальність, втягуватися в справу).

Методи дослідження професійної ідентичності обрано на основі розуміння їх природи, яка поєднує досвід роботи, професійне спілкування та мову (як засіб відображення та фіксації їх результатів). Розвиток методів діагностики в цій області – справа майбутнього. При дослідженні професійної ідентичності та методів її дослідження корисно використовувати поняття автобіографічної пам'яті [33]. На основі досвіду таких тренінгів для практичних психологів, розробленого Л. Б. Шнайдером [37], можна створити ефективні тренінгові програми психологічного супроводу формування професійної ідентичності.

#### **1.4. Становлення професійної ідентичності студентів ВНЗ**

Процес пізнання об'єктивного досвіду здійснюється нерозривно від особистості учня, тому постає питання про переведення студента з об'єкта навчання до суб'єкта творчого самонавчання, що можливо при досягненні певного рівня професійної ідентичності. Саме здатність і готовність до самоосвіти є одним з основних показників підготовленості молодого людини до функціонування в сучасному швидко мінливому світі.

Студентський вік, 18-25 років, є початковою ланкою в ланцюзі зрілого віку. Основна маса студентів у період навчання у ВНЗ завершує фазу юності у період дорослості. В цей період завершується формування основних біологічних та особистісних властивостей та якостей для студентського віку. Характерно досягнення такого стану у розвитку психічних, фізичних та соціальних можливостей, яка сприяє соціальному та професійному становленню особистості.

Проблема професійної підготовки майбутніх фахівців у цілому та розвитку їхньої професійної особистості зокрема є однією з найбільш досліджених у вітчизняній та зарубіжній психології. У зв'язку з цим інтерес викликає характер розвитку професійної ідентичності під час навчання у ВНЗ, більшість авторів відзначає нерівномірність їх вихованості серед студентів усіх рівнів навчання.

Так, Алексеева Т. В. виділяє кризу професійної ідентичності між 2-3 курсом, період стабілізації між 3-4 курсом і нову кризу ідентичності в кінці навчання [1].

За даними Г. Л. Хаєт, навпаки, приріст використання професійних характеристик за весь період навчання зростає з 25 до 84 %. При цьому у старших студентів, які працюють за фахом, поступово, починає формуватися професійна ідентичність [18].



Самоідентичність отримує остаточну структуру (рівномірно представлені особистісна, соціальна та професійна складові самоідентичності).

В. Л. Зливков на прикладі студентів юридичного факультету також відзначає зниження компонентів професійної ідентичності на початку навчання, але не між 2-3 курсами, як О. В. Винославська, а на 1-2 курсах. з 2-ї по 4-у передачу спостерігається чітке підвищення і відбувається стабілізація [28].

На думку Родигіна У. С., перша криза професійної ідентичності у майбутніх спеціалістів проявляється на другому році навчання і пов'язана зі становленням освітньо-професійної ідентичності. Його основним показником є відсутність перспективної ідентичності в професійній сфері. Наступна криза виникає під кінець тренінгу і виражається в зниженні рольової самоідентифікації або підвищенні особистісної самоідентифікації. У структурі ідентичності третьокурсників, навпаки, домінує рольовий компонент, що свідчить про сильну групову ідентифікацію на цьому освітньому рівні [29].

Нарешті, Угрин О. Г. зазначає, що професійна самооцінка студентів підвищується з 1-го на 2-й курс і знижується з 2-го по 4-й курс [34].

Таким чином, у вітчизняній психології виділяється певна періодизація розвитку професійної ідентичності студентів: поступово зростаючий інтерес до майбутньої професії і до себе як до майбутнього фахівця на самому початку навчання, потім зниження професійної ідентичності і поступова стабілізація ідентичності до кінця навчання.

Проблема професійного становлення майбутніх спеціалістів є актуальною і в зарубіжній психології. Обговорюється як з точки зору впливу на нього шкільного навчання (Worrell), так і з точки зору впливу на кризу умов сімейного виховання (Grotevant H., Dunbar N., Julie K. Esau A.), розвиток умов вищої освіти (Форс, Томер і Мішра, Наріо-Редмонда та ін.). Форс виявив, що норвезькі студенти - майбутні соціальні працівники - більш

віддані своїй роботі на початку навчання, а не в кінці. Автор виявив, що студенти, чії навички доповнюють професійні вимоги соціальної роботи, демонструють вищу професійну відданість. Томер і Мішра стверджували, що розвиток ідентичності тісно пов'язаний з рівнем задоволення, очікуваного від академічної програми. Автори описують механізм трансформації ідентичності, який студенти використовують для вирішення конфлікту, коли їхні очікувана та запропонована програми не збігаються.

Тому, проблема визначення професійної ідентичності в освітньому процесі є актуальною як у вітчизняній, так і в зарубіжній науці. У рамках цього процесу виділяють фази кризи та враховують різноманітні фактори, які сприяють або, навпаки, перешкоджають розвитку професійної ідентичності. Водночас залишається відкритим питання, наскільки універсальними є етапи формування професійної ідентичності в освітньому процесі. Зокрема, наскільки універсальною є запропонована у вітчизняній науці періодизація (М. С. Коданєва, І. Н. Кулезньова, Є. Є. Трандіна та ін.) і чи поширюється вона на студентів незалежно від профілю їхньої освіти?

Одним із найбільш важливих факторів становлення світу професії та професійної ідентичності є утворення норми та цінності професії, включення їх у смислову сферу особистості. У процесі професійного самовизначення особистості визначає подальший шлях професійного розвитку, припускає результати своєї навчально-професійної діяльності, формує ціль і установку відносно майбутньої професії. Згідно Шнейдер Л. Б., існує ряд труднощів вивчення професійної ідентичності, що включається в наступну: з одного боку, професійна ідентичність являє собою особисте утворення, з іншої — безпосередньо пов'язана з членством в визначеній групі людей, а саме — професійна група, колектив та ін. [37]. У процесі ідентифікації відновлення власних атрибутів до визначеної соціальної категорії супроводжується формуванням визначеної системи цінностей. У процесі професійного становлення людина ідентифікує себе з людьми, подібними собі, зазвичай з тими представниками своєї професії, які володіють тими або іншими

професійними якостями. Крім того, людина може ідентифікувати себе з самим собою як професійно розвинута на визначених стадіях. З цього випливає, що професійна ідентичність у континуумі «особистісний — соціальний» близька швидше до соціального полюсу та властивостей соціальної ідентичності, таких як самовизначення в соціальній групі, прийняття групового членства, категоризація та порівняння в трансформації ідентичності тощо. У період навчання у ВУЗі встановлення професійної ідентичності має два вплива: організуючий та активізуючий, що відповідає двом позначеним завданням: пізнавальним (учбовим) та особистісним. Професійна ідентичність практичних психологів полягає в екзистенціальному та функціональному злитті людини та професії. Вихід із положень Гордієнко В. І., особистість майбутнього психолога невідгідно зіткнеться з проблемою «відповідності або невідповідності професійним вимогам, нормам, вона вирішує в комплексі з іншими проблемами» [5]. Крім того, професійна ідентичність визначається такими аспектами, як мотивація досягнень і уникнення невдач, цінними орієнтаціями, ставленням до службових, невизначених ситуаціям, невизначеності в цілому, а також елементами соціальної ідентичності. Особистість в контексте професійної підготовки формує уяву про майбутню професію, здійснює професійне самовизначення. Раціоналізацію професійної підготовки студентів-психологів, формування їх професійної ідентичності можна розглядати не як зміст навчання, а як вдосконалення його якості, збільшення спектру можливостей, змісту освіти. Дослідження функціонального образу «Я», процес становлення професійної ідентичності студентів-психологів у процесі навчання у ВУЗі дозволяє усунути недосконалість, активізує пошук нових орієнтирів, цілей і можливостей сучасного освіти. Таким чином, дослідження аспектів професійної ідентичності студентів-психологів дозволяє підвищити професійну підготовку майбутніх спеціалістів, що позитивним чином впливає на рівні професіоналізму практикуючих психологів.

## РОЗДІЛ 2

# ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ЗВО ЯК ЧИННИКИ СТАНОВЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ СТУДЕНТІВ-ПСИХОЛОГІВ

### 2.1. Технологія тренінгової програми впливу організаційної культури ВНЗ на становлення професійної ідентичності студентів

Сучасна система вищої освіти має за пріоритетну мету різнобічний та гармонійний розвиток особистості студента. Від цілісної та компетентної підготовки студента як майбутнього фахівця залежить не тільки реалізація його власного потенціалу, але й держави в цілому. Тож, кожен вищий навчальний заклад України, незалежно від форми власності, повинен сприяти формуванню особистості професіонала в рамках освітнього процесу.

Будь який університет відрізняється унікальними складовими компонентами, цінностями, якостями, культурою тощо. Одним з найвиразніших показників неповторності вищого навчального закладу є його організаційна культура, яка впливає на становлення та розвиток багатьох феноменів. Становлення професійної ідентичності студентів є залежним від домінуючих уявлень стосовно існуючої організаційної культури вищого навчального закладу.

Тренінг впливу організаційної культури вищих навчальних закладів на становлення професійної ідентичності студентів ґрунтується на технологічному підході до психологічної підготовки членів освітніх організацій, розробленому в лабораторії організаційної психології Інституту психології імені Г. Костюка НАПН України під керівництвом Л. Карамушки [38].

Базуючись на аналізі наукових робіт, нами було розроблено загальну структуру тренінгу «Вплив організаційної культури ВНЗ на становлення професійної ідентичності студентів», яка включає дві частини та чотири модулі.

Частина 1. «Професійна ідентичність студентів вищого навчального закладу».

Модуль 1. Сутність та зміст професії та професійної ідентичності студентів вищого навчального закладу.

Модуль 2. Психологічні особливості професійної ідентичності студентів вищого навчального закладу.

Частина 2. «Організаційна культура як чинник становлення професійної ідентичності студентів вищого навчального закладу».

Модуль 3. Сутність та зміст організаційної культури вищого навчального закладу.

Модуль 4. Психологічні особливості впливу організаційної культури вищого навчального закладу на становлення професійної ідентичності студентів.

Загальний обсяг тренінгу склав 36 годин (по 6 години на кожен модуль, по 2 години на домашнє завдання з кожного модуля та по 2 години на вступ та заключну частину).

**Мета тренінгу** полягала в усвідомленні студентами впливу організаційної культури вищого навчального закладу на становлення професійної ідентичності.

Мета означеного тренінгу конкретизувалася у таких **завданнях**:

1. розкрити студентам сутність, зміст, основні психологічні особливості організаційної культури вищого навчального закладу та професійної ідентичності;

2. продемонструвати студентам взаємозв'язок між домінуючим типом організаційної культури вищого навчального закладу та типом і статусом професійної ідентичності;

3. проаналізувати зі студентами безпосередній вплив організаційної культури вищого навчального закладу на становлення їхньої професійної ідентичності.

Слід зазначити, що відповідно до технологічного підходу, тренінг усвідомлення впливу організаційної культури вищого навчального закладу на становлення професійної ідентичності студентів включає три основні компоненти:

а) інформаційно-смісловий компонент – використання методів і форм роботи, що сприяють розумінню студентами сутності, змісту, основних психологічних особливостей організаційної культури вищого навчального закладу та професійної ідентичності; що розкривають взаємозв'язок між організаційною культурою вищого навчального закладу та професійною ідентичністю студентів тощо;

б) діагностичний компонент – використання методів і форм роботи, які забезпечують діагностику уявлень студентів відносно особливостей організаційної культури вищого навчального закладу та власної професійної ідентичності тощо;

в) корекційно-розвивальний компонент – використання методів і форм роботи, що допомагають усвідомленню впливу організаційної культури вищого навчального закладу на становлення професійної ідентичності студентів.

Задля реалізації тренінгових модулів було використано систему інтерактивних методів та форм роботи таких як, наприклад, міні-лекції, «криголами», мультимедійні презентації, групові обговорення, «мозковий штурм», метод незавершених речень, різний діагностичний інструментарій, корекційно-розвивальні вправи, рефлексивний аналіз, аналіз професійних ситуацій, фото колажі тощо.

Основні методи та форми роботи, що використовувались у тренінгу усвідомлення впливу організаційної культури вищого навчального закладу на становлення професійної ідентичності студентів, дозволили ефективно

поєднати теоретичний (міні-лекції, мультимедійні презентації) та практичний (вправи, що сприяють усвідомленню організаційної культури вишу як чинник становлення професійної ідентичності студентів) компоненти.

Психологічний тренінг «Усвідомлення впливу організаційної культури ВНЗ на становлення професійної ідентичності студентів» має забезпечувати:

1. вивчення теоретичного матеріалу, сутності, змісту, основних психологічних особливостей організаційної культури вищого навчального закладу та професійної ідентичності студентів;

2. формування усвідомленого ставлення студентів до організаційної культури вищого навчального закладу, власного типу і статусу професійної ідентичності;

3. аналіз студентами вищого навчального закладу домінуючого типу організаційної культури та взаємозв'язку з власною професійною ідентичністю;

4. наявність усвідомленого ставлення до організаційної культури вищого навчального закладу як чинника становлення професійної ідентичності студентів.

Для ефективного включення учасників в тренінгову роботу необхідно створити комфортні умови, забезпечити безпечний простір на фізичному та психологічному рівнях. Перш за все, потрібна велика кімната (кабінет), аби всі учасники могли вільно пересуватися під час проведення динамічних вправ тренінгу і мали окреме стабільне впродовж 4-6 годин робоче місце (стіл, стілець) для прослуховування та занотовування певного обсягу інформації. Для більш ефективного проведення тренінгу необхідно мати фліп-чарт дошку, проектор, магніти, кольорові олівці та маркери, папір формату А3 та А4, індивідуальні блокноти кожного учасника тренінгової роботи. Тренер повинен мати із собою необхідну кількість анкет, опитувальників, тестів, які учасники заповнюють в рамках тренінгової роботи. Бажано підготувати для всіх учасників тренінгу спеціальні картки («бейджі»), на яких кожен може вказати своє ім'я у будь-якій формі.

На основі здійсненого аналізу змісту технологій усвідомлення впливу організаційної культури вищих навчальних закладів на становлення професійної ідентичності студентів, можемо зробити висновок, що проаналізовані методи та форми роботи сприяють здійсненню означеної мети тренінгу. Аналіз основних інтерактивних технік, що застосовувались в процесі проведення тренінгу дозволив визначити їхню сутність, практичне та теоретичне значення, а також мету застосування кожної форми роботи. В результаті використання компонентів технологічного підходу вдалося здійснити обґрунтування теоретико-методологічних засад тренінгової програми усвідомлення впливу організаційної культури вищих навчальних закладів на становлення професійної ідентичності студентів.

## **2.1 Аналіз результатів експериментального впровадження тренінгу «Вплив організаційної культури ВНЗ на становлення професійної ідентичності студентів»**

Тренінгової програми «Вплив організаційної культури вищих навчальних закладів на становлення професійної ідентичності студентів» була проведена у Дніпровському національному університету імені Олеся Гончара м. Дніпро. Усього в дослідженні експериментального впровадження тренінгу взяли участь 108 студентів денного відділення спеціальності психологія.

Для оцінки ефективності психологічного тренінгу «Вплив організаційної культури вищих навчальних закладів на становлення професійної ідентичності студентів» застосовувалися такі показники:

- узгодженість уявлень студентів щодо типу організаційної культури вищого навчального закладу;
- позиція професійної ідентичності в структурі «Я-образу» студентів;



- тип професійної ідентичності студентів;
- статус професійної ідентичності студентів;
- ефективність тренінгової сесії.

Для проведення оцінки ефективності психологічного тренінгу «Усвідомлення впливу організаційної культури вищих навчальних закладів на становлення професійної ідентичності студентів» досліджуваних було поділено на дві групи – контрольну та експериментальну.

З метою проведення порівняльного аналізу показників типу організаційної культури вищого навчального закладу, позиції професійної ідентичності в структурі «Я-образу», типу професійної ідентичності, статусу професійної ідентичності у студентів до та після проведення тренінгової програми нами було проведено повторне опитування з використанням методики «Оцінки організаційної культури (OCAI)», К. Камерона та Р. Куїнна, теста М. Куна «Хто Я?», розроблений М. Куном, Т. Макпартлендом, у модифікації Т. Румянцевої, «Опитувальника професійної ідентичності студентів» у розробці У. Родигіної, «Методики вивчення професійної ідентичності (МПП)», розроблена Л. Шнейдер.

Статистична обробка даних результатів формуючого експерименту здійснювалася за допомогою пакета комп'ютерного забезпечення SPSS Statistics 17,0 та Microsoft Office Excel 2007. Порівняльний аналіз результатів діагностичних зрізів до та після формування експерименту в експериментальній та контрольній групах за основними показниками показав наявність статистично значущих відмінностей (за критерієм  $\chi^2$  «хі-квадрат») між експериментальною та контрольною групами. Результати узагальненого порівняльного аналізу діагностичних зрізів в експериментальній та контрольній групах представлено в табл. 2.1 – 2.5.

Так, в експериментальній групі після проведення психологічного тренінгу уявлення студентів щодо домінуючого типу організаційної

культури власного вищого навчального закладу стали значно узгодженішими (табл. 2.1.). Після формуючого експерименту не спостерігається значного розкиду відсоткових показників між домінуючими типами культури (А – 62,2%, В – 10,4%, С – 17,3%, D – 10,1%) у порівнянні з первинною діагностикою (А – 46,8%, В – 4,5%, С – 24,4%, D – 24,3%). У контрольній групі також відбулися певні зміни, але вони не є статистично значущими.

Таблиця 2.1.

**Результати дослідження типу організаційної культури вищого навчального закладу**

Тип ОК	Контрольна група		Експериментальна група	
	Перший зріз	Другий зріз	До експерименту	Після експерименту
Кланова культура (А)	39,7	38,8	46,8 *	62,2 *
Адхократична культура (В)	8,4	12,3	4,5	10,4
Ринкова культура (С)	31,4	34,8	24,4	17,3
Ієрархічна (бюрократична) культура (D)	20,5	14,1	24,3	10,1
Всього %	100	100	100	100

Отже, після тренінгового впливу студенти мають узгоджені уявлення щодо ключових характеристик організаційної культури вищого навчального закладу, а саме найважливіших відмінностей, загального стилю керівництва, управління персоналом, сутнісного зв'язку, стратегічних цілей функціонування та розвитку, а також критеріїв успішної діяльності. Що ж стосується контрольної групи, то суттєвих змін не відбулося.

Таблиця 2.2.

**Результати дослідження ключових характеристик типів організаційної культури вищого навчального закладу**

№ х - к и	Тип ОК															
	Контрольна група								Експериментальна група							
	А		В		С		D		А		В		С		D	
	1	2	1	2	1	2	1	2	До	Післ я	До	Післ я	До	Післ я	До	Післ я
1	25,6	25,1	25,8	25	25,2	35,5	23,4	14,4	35,5	43,3	10,4	12,2	27	20,2	27,1	10,9
2	32,5	29,2	10,3	13,3	31,1	47,2	26,1	10,3	58,1	59,4	2,1	10,4	20	18,8	19,8	11,4
3	49	43,5	3,4	8,8	24,8	31,8	22,8	15,9	40,8	63,9	6,4	9,9	26,4	16,1	26,4	10,1
4	55	48,5	9,9	10,9	15	20,5	20,1	20,1	64,3	65,5	6,2	9,8	15	15	14,5	9,7
5	33,7	35,8	13	15,1	27,2	30,9	26,1	18,2	33,1	55,6	16,5	15	25	19,4	25,4	10
6	45,5	44,7	10,7	12,8	40,4	35,9	3,4	6,6	48,9	70,5	3,1	5,2	24,5	16,2	23,5	8,1

В експериментальній групі відбулися значні зміни позицій професійної ідентичності в структурі «Я-образу» студентів (з – 15,3% до – 63,4%), а домінуючий показник за шкалою «Фізична ідентичність» знизився майже в сім разів (з 59,4% до 7,6%). В контрольній групі зміни позицій ідентичностей не відбулося. Результати демонструє табл. 2.3.

Таблиця 2.3.

**Результати дослідження позиції професійної ідентичності в структурі «Я-образу» студентів (за М. Куном)**

Типи ідентичності	Контрольна група		Експериментальна група	
	Перший зріз	Другий зріз	До експерименту	Після експерименту
Етнічно-регіональна	2,9	2,4	2,4	1,2
Світоглядна	0,5	0,1	0,9	0,1
Сімейна	3,9	3,9	2,6	2,2
Групова	1,1	0,9	1,3	3,1
Статева	0,3	0,7	1,3	1,7
Фізична	65,4	60,3	59,4*	7,6*
Комунікативна	6,8	10,2	6,6	5,8
Матеріальна	0,6	1,4	1	0
Діяльнісна	8,2	8,8	9,2	14,9
Професійна	10,3	11,3	15,3*	63,4*
Всього %	100	100	100	100

Результати дослідження типу професійної ідентичності у експериментальній групі показали значущий статистичний зв'язок між показниками Типу 9 (високий рівень усвідомленої активності та позитивні емоції стосовно майбутньої професії) – до експериментального втручання – 42,7%, а після – 51,3%. Результати демонструє табл. 2.4.

Таблиця 2.4.

### Результати дослідження типу професійної ідентичності (за У.Родигіною)

Група	Шкала	Рівень	Зріз	Емоційне відношення			Всього	
				переважно негативні емоції	немає переваги	переважно позитивні емоції		
Контрольна	Усвідомлена активність	низький рівень	1	1,6	1,4	1,3	4,3	
			2	1,5	1,2	1,3	4	
		середній рівень	1	5,3	29,1	7	41,4	
			2	7,6	30	5,5	43,1	
		високий рівень	1	0,8	28,1	25,4	54,3	
			2	0,7	29,1	23,1	52,9	
	Всього%	1	7,7	58,6	33,7	100		
		2	9,8	60,3	29,9	100		
	Експериментальна	Усвідомлена активність	низький рівень	1	1,4	2,6	2,5	6,5
				2	0,3	0,9	0,4	1,6
середній рівень			1	1,6	22,4	16,1	40,1	
			2	1,3	19,1	16,3	36,7	
високий рівень			1	0,8	9,9	42,7*	53,4	
			2	0,4	10	51,3*	61,7	
Всього%		1	3,8	34,9	61,3	100		
		2	2	30	68	100		

І діагностика статусу професійної ідентичності в експериментальній групі показала значне збільшення показників за шкалою «Досягнута позитивна ідентичність» (з 18,7% до 54,7%) і зменшення відсотку респондентів, які знаходилися на етапі переживання кризи професійного становлення, тобто за шкалою «Мораторій ідентичності» (з 25,5% до 13,4%), а також за шкалою «Псевдопозитивна ідентичність» (з 31,9% до 15,5%). В контрольній групі таких статистично значущих змін не спостерігається (табл. 2.5).

Таблиця 2.5.

**Результати дослідження статусу професійної ідентичності (за Л. Шнейдер)**

Статус професійної ідентичності	Контрольна група		Експериментальна група	
	Перший зріз	Другий зріз	Перший зріз	Другий зріз
Передчасна ідентичність	7,5	7,1	7	3
Дифузна ідентичність	15,3	14,2	16,9	13,4
Мораторій ідентичності	26,7	24,8	25,5*	13,4*
Досягнута позитивна ідентичність	20,5	19,4	18,7*	54,7*
Псевдопозитивна ідентичність	30	34,5	31,9*	15,5*
Всього %	100	100	100	100

\* $p \leq 0,05$

Стосовно аналізу очікувань учасників від тренінгу, нами визначено, що значна частина передбачала «дізнатися щось нове про себе, про професію та ВНЗ» (56,3%); «підтвердити високий рівень власної професійної ідентичності» (29,9%), «навчитися технікам формування професійної ідентичності» (11,4%) тощо (2,4%).

Серед негативних очікувань респондентів зустрічалися такі як: «хтось дізнається мої відповіді» (34%), «дізнаюся про власну професійну непридатність» (33,2%), «глузування тренера» (12,8%), «я думаю про себе краще, ніж є насправді» (11,7%) тощо (8,3%).

Аналіз відповідей стосовно ступеню корисності та можливості застосувати отриманні знання, вміння та навички засвідчив, що 91,5% студентів вважають отриманий досвід корисним та будуть його використовувати. Лише 8,5% учасників тренінгової групи не вважають досвід тренінгової роботи корисним. Даний факт можливо пояснити індивідуальними особливостями сприйняття кожної людини, стереотипністю

уявлень, не прийняттям деяких форм тренінгової роботи, особистою невмотивованістю.

При відповіді на питання «Я рекомендував/не рекомендував взяти участь у цьому тренінгу своїм друзям та знайомим» 95,1% студентів рекомендували б дану тренінгову програму іншим. Крім того, 98% учасників тренінгової групи по закінченню демонстрували позитивний емоційний фон та гарний настрій.

Отже, результати вивчення зворотного зв'язку респондентів тренінгової роботи дозволяють зробити висновок про ефективність впровадження тренінгової програми «Вплив організаційної культури ВНЗ на становлення професійної ідентичності студентів».

Загалом, можна зробити висновок, що розроблений тренінг «Вплив організаційної культури ВНЗ на становлення професійної ідентичності студентів» реально сприяв узгодженим уявленням стосовно організаційної культури вищого навчального закладу, усвідомленню впливу психологічних особливостей культури на становлення професійної ідентичності та підвищенню загального рівня усвідомлення власної професійної ідентичності студентами вищого навчального закладу.

## ВИСНОВКИ

У науковому дослідженні наведено теоретичне узагальнення й нове розв'язання наукової проблеми, що виявляється у вивченні впливу організаційної культури вищого навчального закладу на становлення професійної ідентичності студентів. Результати дослідження в основному підтвердили висунуту гіпотезу та дали підстави зробити наступні висновки:

1. *Організаційна культура вищого навчального закладу* – це сукупність когнітивних схем, що формує певні переконання у працівників та студентів, визначає спосіб взаємодії з довколишнім середовищем, включає систему цінностей, очікувань, понятійних формулювань, ритуалів, патернів поведінки тощо, які приймаються та передаються новим членам організації.

2. *Професійна ідентичність студентів* – це динамічне концептуальне уявлення стосовно їх тотожності з професією, образом ідеального фахівця, професійною спільнотою, професійної діяльності.

3. *Модель становлення професійної ідентичності студентів у вищому навчальному закладі* включає такі стадії: 1) усвідомлений вибір майбутньої професії; 2) успішна адаптація до вищого навчального закладу та до домінуючого типу організаційної культури; 3) інтеріоризація домінуючого типу організаційної культури, що сприяє засвоєнню професійно важливих знань, якостей та формування образу ідеального фахівця; 4) усвідомлення власної професійної ідентичності; 5) готовність входження до реального професійного середовища успішна адаптація до вищого навчального закладу; 3) інтеріоризація професійно важливих знань, якостей та формування образу ідеального фахівця; 4) усвідомлення власної професійної ідентичності; 5) готовність входження до реального професійного середовища.

Становленню професійної ідентичності під час навчання у вищому закладі освіти сприяє усвідомлений вибір майбутньої професії; успішна адаптація до способів передачі та отримання професійних знань;

сформований образ ідеального фахівця; інтеріоризація характеристик домінуючого типу організаційної культури, що сприяє засвоєнню професійно важливих знань та якостей; усвідомлення власної професійної ідентичності (на старших курсах навчання); використання набутого під час навчання досвіду; адаптація до реального професійного середовища та успішна соціалізація в професії.

4. Емпірично доведено, що у ВНЗ державної форми власності домінують *«клановий» та «ринковий» типи організаційної культури*. У ВНЗ приватної форми власності домінуючим є виключно *«клановий» тип культури*.

Встановлено, що студенти ВНЗ державної форми власності демонструють *неузгодженість уявлень* щодо ключових характеристик організаційної культури («найважливіші відмінності», «загальний стиль керівництва», «управління персоналом», «сутнісний зв'язок», «стратегічні цілі функціонування та розвитку», «критерії успішної діяльності»). Студенти ВНЗ приватної форми власності виявляють *узгодженість уявлень* щодо ключових характеристик організаційної культури свого вищого навчального закладу, віддаючи перевагу одному, «клановому», типу культури.

5. Констатовано, що студенти ВНЗ приватної форми власності значно *більше усвідомлюють власну професійну ідентичність як структурний компонент «Я-образу»*, ніж студенти ВНЗ державної форми власності, що пояснюється узгодженістю/неузгодженістю уявлень студентів про домінуючий тип організаційної культури свого ВНЗ.

6. Результати емпіричного дослідження показали, що домінуючий *тип професійної ідентичності* студентів ВНЗ державної форми власності розподілено між «Типом 5» (середній рівень активної позиції, що супроводжується нейтральними емоціями щодо майбутньої професії) і «Типом 8» (високий рівень активної позиції, що супроводжується нейтральними емоціями щодо майбутньої професії). Це свідчить про те, що респонденти з ВНЗ державної форми власності усвідомлюють необхідність



працевлаштування, але не відчують при цьому ні позитивних, ні негативних емоцій. У респондентів ВНЗ приватної форми власності переважає «Тип 9», що свідчить про стійке переконання в майбутньому працевлаштуванні за фахом та домінуванні лише позитивних емоцій.

У процесі аналізу *статусу професійної ідентичності* студентів виявлено домінування у студентів ВНЗ державної форми власності та у студентів ВНЗ приватної форми власності такого статусу, як «*Псевдопозитивна ідентичність*» (завищена оцінка власного професійного спрямування).

7. Виявлено, що організаційна культура вищого навчального закладу *значно впливає* на становлення *професійної ідентичності* студентів. Неузгодженість уявлень студентів щодо організаційної культури свого ВНЗ формує розмитість особистісного «Я-образу», його структури та змісту.

Так, встановлено, що неузгодженість поглядів студентів щодо домінуючого типу організаційної культури у *ВНЗ державної форми власності* обумовлює низький рівень усвідомлення власної професійної ідентичності як компонента «Я-образу» особистості. Окрім цього, більшість студентів ВНЗ державної форми власності готові працювати за фахом, навіть не відчуючи емоційного потягу до роботи. До того ж, респонденти у своїх відповідях демонструють статус «*Псевдопозитивної ідентичності*», що означає неадекватно завищену оцінку власного професійного спрямування.

Досліджено, що респонденти *ВНЗ приватної форми власності* мають узгодженість в уявленнях щодо домінуючого типу організаційної культури вищого навчального закладу. Окрім цього, професійна ідентичність у структурі «Я-образу» особистості студента займає перші місця серед інших характеристик. Більшість студентів ВНЗ приватної форми власності продемонстрували активну позицію, що супроводжується позитивними емоціями щодо майбутньої професії.

8. З метою психологічної підготовки студентів до усвідомлення ролі організаційної культури в становленні їх професійної ідентичності

розроблено та експериментально апробовано тренінг «Вплив організаційної культури вищого навчального закладу на становлення професійної ідентичності студентів». Дизайн та зміст тренінгу базується на визначених психологічних особливостях організаційної культури вищого навчального закладу та професійної ідентичності студентів.

9. *Структура тренінгу* «Вплив організаційної культури вищого навчального закладу на становлення професійної ідентичності студентів» включає чотири модулі: «Сутність професійної ідентичності студентів вищого навчального закладу», «Аналіз різних типів і статусів професійної ідентичності студентів вищого навчального закладу», «Сутність організаційної культури вищого навчального закладу», «Психологічні особливості впливу організаційної культури вищого навчального закладу на становлення професійної ідентичності студентів».

10. У результаті формувального експерименту доведено, що одним із ефективних засобів усвідомлення організаційної культури вищого навчального закладу як чинника становлення професійної ідентичності студентів є психологічний тренінг «Вплив організаційної культури вищого навчального закладу на становлення професійної ідентичності студентів», програма якого забезпечила: а) систематизацію уявлень студентів щодо змісту та основних характеристик організаційної культури; б) узгодженість уявлень студентів стосовно домінуючого типу організаційної культури; в) підвищення загального рівня усвідомлення студентами власної професійної ідентичності; г) становлення такого типу та статусу професійної ідентичності, які забезпечують активну позицію та позитивні емоції студентів щодо майбутньої професії; д) усвідомлення студентами впливу домінуючого типу організаційної культури на становлення їх професійної ідентичності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева Т. В. Соціально-психологічні аспекти процесу адаптації студентів до навчання у вузі : монографія / Т. В. Алексеева ; Макіївський економіко-гуманітарний інститут. Донецьк : «Вебер» (Донецька філія), 2008. 230 с.
2. Варбан М. Ю. Проблема рефлексивної підтримки професійного становлення особистості на етапі переходу від юності до дорослості. Електронний ресурс. Український соціум. 2002. № 1 (січень) Режим доступу до журн. : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=8&n=23&c=264>
3. Вітер М. Б. Приватні вищі навчальні заклади в освітньому просторі України. Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. пр. Львів : НЛТУ України. 2007. Вип. 17.6. С. 286—291. Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnlutu/17\\_6/286\\_Witer\\_17\\_6.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlutu/17_6/286_Witer_17_6.pdf).
4. Гордієнко В. І. Аналіз методів дослідження організаційної культури професійно-освітніх середовищ. Наукові записки НаУКМА. 2005. Т. 47: Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота. С. 60—67.
5. Горностаєв П. П. Особистість та роль: рольовий підхід у соціальній психології особистості. Київ: Інтерпрес ЛТД, 2007. 312 с.
6. Грей К. Організації. Теорії, конфлікти та менеджери / Кріс Грей; пров. з англ. Харків: Гуманітарний Центр, 2008. 196 с.
7. Зливков В. Проблема особистісної та професійної самоідентифікації в сучасній психології. Соціальна психологія. 2006. № 5. С. 128—136.
8. Зубенко А. С. Ціннісні орієнтації особистості і становлення особистісної ідентичності. Наукові записки Харківського університету

Повітряних Сил. Соціальна філософія, психологія / редкол.: В. С. Афанасенко та ін. Харків : ХУПС, 2008. Вип. 2 (31). С. 71—77.

9. Казміренко В. П. Соціальна психологія організацій: монографія. Київ: МОЗУУП, 1993. 384 с.

10. Карамушка Л. М. Використання інтерактивних технік у процесі підготовки менеджерів та персоналу освітніх організацій до управління : метод. реком. / Л. М. Карамушка, М. П. Малигіна. Київ; Рівне, 2003. 20 с.

11. Карамушка Л. М. Дизайн дослідження та діагностичний інструментарій для вивчення психологічних особливостей організаційного розвитку. Актуальні проблеми психології. Т. 1 : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія : зб. наук. пр. / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. Київ: А.С.К, 2009. Вип. 24. С. 196—209.

12. Карамушка Л. М. Психологія відданості персоналу організації (на матеріалі банківських структур) : монографія / Л. М. Карамушка, І. А. Андрєєва. Київ; Львів : Галицький друкар, 2012. 212 с. (Організаційна та економічна психологія).

13. Карамушка Л. М. Психологія організаційної культури (на матеріалі промислових підприємств): навч. посіб. / Л. М. Карамушка, І. І. Сняданко. Київ; Львів : Край, 2010. 212 с.

14. Карамушка Л. М. Самоактуалізація менеджерів у професійно-управлінській діяльності (на матеріалі діяльності комерційних організацій) : монографія / Л. М. Карамушка, М. Г. Ткалич. Запоріжжя : Просвіта, 2009. 260 с.

15. Карамушка Л. М. Формування конкурентоздатної управлінської команди (на матеріалі діяльності освітніх організацій): монографія / Л. М. Карамушка, О. А. Філь. Київ: Фірма «ІНКОС», 2007. 268 с.

16. Кириченко Т. Специфіка становлення професійної ідентичності майбутніх психологів [Електронний ресурс] / Тетяна Кириченко, Юлія Орленко // Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний

педагогічний університет імені Григорія Сковороди» : зб. наук. пр. Переяслав-Хмельницький, 2012. Вип. 24. С. 428—432. Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Gvpkhdp/2012\\_24/428\\_432.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gvpkhdp/2012_24/428_432.pdf).

17. Кирхлер Э. Психологические теории организации. Психология труда и организационная психология / Эрих Кирхлер, Катя Майер-Пести, Ева Хофманн ; пер. с нем. Харьков : Гуманитарный Центр, 2005. 312 с.

18. Корпоративна культура : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / Г. Л. Хаєт, О. Л. Єськов, Л. Г. Хаєт; за заг. ред. Г. Л. Хаєта. Київ: Центр навч. літератури, 2003. 403 с.

19. Липатов С. А. Проблема организационной приверженности и идентификации с точки зрения социальной психологии. Мир психологии. 2004. № 2. С. 142 — 148.

20. Максименко А. А. Організаційна культура: системно-психологічні описи: навч. посібник. Київ:, 2003. 157 с.

21. Максименко С. Д. Психологічні засади взаємозв'язку професійного навчання і розвитку особистості майбутнього фахівця // Неперервна професійна освіта: філософія, педагогічні парадигми, прогноз : Монографія / АПН України. Ін-т педагогіки і психології проф. освіти. Київ, 2003. С. 691—811. Бібліогр.: с. 797—811.

22. Марусинець М. Прикладні аспекти дослідження професійної ідентичності особистості. Соціальна психологія. 2005. № 3 (11). С. 90—97.

23. Міщик Л. І. Професійна підготовка соціального педагога (педагогічний, психологічний та управлінський аспекти); Запорізька держ. ун-т. Запоріжжя, 1996. 104 с.

24. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія : підруч. для студ. вищ. навч. закл.: у 2 кн. Кн. 1 : Соціальна психологія особистості і спілкування. Чернівці : Книги — XXI, 2010. 464 с.

25. Орбан-Лембрик Л. Е. Юридична психологія : курс лекцій для студ. вищ. навч. закл. / Л. Е. Орбан-Лембрик, В. В. Коцинець ; Прикарпат. нац. ун-т ім. Василя Стефаника. Івано-Франківськ : Плай, 2005. 316 с.

26. Основи практичної психології : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. Г. Панок, Т. М. Титаренко, Н. В. Чепелева та ін.. Київ: Либідь, 2003. 536 с.
27. Погодіна А. В. Моделі корпоративної культури вузів / А. В. Погодіна, С. Д. Крилова // Психологічна наука та освіта. 2008. № 5. С. 92-97.
28. Психологія : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / О. В. Винославська, О. А. Бреусенко-Кузнецов, В. Л. Зливков та ін. ; наук. ред. О. В. Винославська ; Нац. техн. ун-т України «Київ. політехн. ін-т». Київ: Фірма «ІНКОС», 2005. 351 с.
29. Родигіна У. С. Психологічні особливості професійної ідентичності студентів. Психологічна наука та освіта. 2007. № 4. С. 39-51.
30. Серкіс Ж. В. Проблеми управління організаційною культурою. Теоретико-методологічні проблеми вдосконалення психологічної підготовки менеджерів: зб. наук. праць. Додаток до навч. журн. "Персонал", № 1 (55). Київ, 2000. С. 190-192.
31. Технологія психологічної підготовки персоналу організацій до роботи в умовах соціально-економічних змін (на матеріалі освітніх організацій) : навч. посіб. / Карамушка Л. М., Федосова Г. Л., Філь О. А. та ін.; за наук. ред. Л. М. Карамушки. Київ: Наук. світ, 2008. 230 с.
32. Ткалич М. Г. Психолого-організаційні детермінанти самоактуалізації менеджерів комерційних організацій : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.10. Київ, 2006. 266 с.
33. Тренінг професійної ідентичності: Керівництво для викладачів вузів та практикуючих психологів / авт.-уклад. Л. Б. Шнейдер, 2008. 208 с. (Бібліотека психолога).
34. Угрин О. Г. Психологічні особливості професійної ідентифікації в період ранньої дорослості. Проблеми загальної та педагогічної психології : зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. Київ: б. в., 2009. Т. 11, ч. 2. С. 458-465 : іл. Бібліогр.: с. 465.

35. Фопель К. Згуртованість та толерантність у групі: Психологічні ігри та вправи / Клаус Фопель; переклад з німцького.: Генезіс, 2006. 336 с.
36. Шейн Е. Г. Організаційна культура та лідерство: Побудова. еволюція. Удосконалення / Едгар Г. Шейн; пер. з англ., 2002. 335 с. : іл. (Теорія та практика менеджменту).
37. Шнейдер Л. Б. Професійна ідентичність як психолого-педагогічна проблема вузівської підготовки психологів-практиків. Професійні компетенції вчителів дорослих людей: матеріали наук. конф., Щецин, 15-17 вересня., 1999. С. 184-187
38. Яблонська Т. М. Розвиток позитивної ідентичності старшокласників засобами тренінгу. Проблеми сучасної психології : зб. наук. пр. Кам'янець-Подільського нац. ун-ту імені Івана Огієнка, Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України 2011. Вип. 14. С. 879—887. Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/pspl/2011\\_14/879-887.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pspl/2011_14/879-887.pdf).
39. Adkins B. Firm or subgroup culture: Where does fitting in matter most? / Bryan Adkins; David Caldwell // Journal of Organizational Behavior. 2004. № 25 (8). P. 969—978
40. Cameron K. S. Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework / Cameron, Kim S., Quinn, Robert E. Reading, Mass. : Addison-Wesley Prentice Hall, 1999. XVIII, 221 p.
41. Chatman J. A. Assessing the relationship between industry characteristics and organizational culture: How different can you be? / Chatman J. A., Jehn K. A. // Academy of Management Journal. 1994. № 37 (3). P. 522—553.
42. Dixon M. R. Changing conceptions of employee compensation / Mark R. Dixon, Linda J. Hayes, Jack Stack // Journal of Organizational Behavior Management. 2003. Vol. 23, № 2-3. P. 95—116.
43. Hartnell C. A. "Organizational Culture and Organizational Effectiveness: A Meta-Analytic Investigation of the Competing Values

Framework's Theoretical Suppositions" / Chad A Hartnell, Amy Yi Ou, Angelo Kinicki // *Journal of Applied Psychology*. 2011. Vol. 96, № 4. P. 677-699.

44. Hofstede G. H. *Cultures and organizations: software of the mind* / Geert H. Hofstede. New York : McGraw-Hill, 1997. 279 p.

45. McGuire S. *Entrepreneurial Organizational Culture: Construct Definition and Instrument Development and Validation* : Ph.D. Dissertation / Stephen J. J. McGuire. Washington : The George Washington University, 2003. 608 p.

46. Pettigrew A. M. *Handbook of Strategy and Management* / Andrew M. Pettigrew, Howard Thomas, Richard Whittington. London : SAGE Publications Ltd, 2001. 544 p.

47. Schein E. *Organizational Culture and Leadership: A Dynamic View*. San Francisco, CA : Jossey-Bass, 1992. 418 p.

48. Schneider B. *Organizational climate and culture* / Benjamin Schneider. San Francisco : Jossey-Bass, 1990. 449 p.

49. Turner J. C. *Social identity, personality and the self-conception* / J. C. Turner, R. S. Onorato // *The psychology of the social self*. New York, 1999. P. 67—102.

50. Ouchi, W. G. *Theory Z : How American Business Can Meet the Japanese Challenge*. Reading : Addison-Wesley Publishing Company. 1990. 192 p.

51. Cameron K.S. *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*. Addison-Wesley Prentice Hall, 1999. 221 p.

52. Michon C. *La dynamisation sociale*. Paris : Éditions d'Organisation, 1985. 115 p.

53. Kilmann, R.H., Saxton, M J., R Serpa R.H. *Gaining control of the corporate culture*. San Francisco : Jossey-Bass, 1985. 451 p.

54. Meskon M., Albert M., Hedouri F. *Fundamentals of management*: Delo, 2000, 704 p.