

4. Рекомендації щодо відповідального впровадження та використання технологій штучного інтелекту в закладах вищої освіти. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/news/2025/04/24/shi-v-zakladakh-vyshchoi-osvity-24-04-2025.pdf>.

5. Закон України «Про авторське право і суміжні права» № 2811-IX від 01 грудня 2022 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#n855>

## **ОРГАНІЗАЦІЯ СТУДЕНТСЬКОЇ СПІЛЬНОТИ З МЕТОЮ ОТРИМАННЯ ЯКІСНОЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

***Тетера В.С., Шеховцова Т.О.***

*асистенти кафедри МКБМ*

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

Дослідниками встановлено, що формування корпоративної культури студентів у вищих технічних закладах має свої особливості. Тому при здійсненні цього процесу важливо враховувати специфіку формування зазначеного утворення у представників студентства.

Як підкреслюється у науковій літературі, визначення й реалізація різних способів впливу на розвиток в особистості мотивації може успішно відбуватися тільки на основі постійного вивчення її стану. Зокрема, О. Грішнова [1] вивчала взаємозв'язок цінностей людини й цінностей організації у корпоративній системі. Науковцем Т. Кицак [2] розглядалися основні напрями формування корпоративної культури на підприємствах і соціально-психологічні основи її формування у ЗВО.

Для визначення професійно важливих якостей майбутніх фахівців необхідно визначити ті сфери взаємодії, в які вступає людина під час виконання своїх функціональних обов'язків. Доцільно прислухатися також до думки, що професійна діяльність інженера має прикладний характер, оскільки спрямована на розробку, впровадження та створення нових виробничих технологій. До того ж, у процесі своєї діяльності інженер ставить певні вимоги до фундаментальних досліджень і виступає виробником нових фундаментальних знань.

На визначення конкретних орієнтирів щодо змісту корпоративної культури ЗВО в цілому й, зокрема, корпоративної культури майбутніх фахівців

суттєвий вплив здійснюють також ділові партнери, які зацікавлені мати справу з фахівцями, що мають позитивну репутацію й викликають довіру у своїх колег. До того ж, корпоративні культури закладів вищої освіти в одній і тій самій галузі підготовки можуть значно різнитися між собою, що пояснюється наявністю різних внутрішніх факторів впливу на формування корпоративної культури.

Потрібно аналізувати шляхи дотримання корпоративних правил та забезпечення злагоди між викладачами і студентами, ефективного виконання ними певних соціальних ролей, зростання соціальної згуртованості, тобто підвищення рівня соціального контролю. Важливо розуміти, що чим ефективніше працює керівництво установи, тим більше можливості попередити, уникнути, відстрочити перехід розвитку її корпоративної культури на стадію занепаду, застарілості основних цінностей та норм.

При здійсненні професійної підготовки майбутніх фахівців, у тому числі й формування в них корпоративної культури, процесом становлення рефлексивної позиції студента можна та треба цілеспрямовано управляти. Рефлексія на перших етапах свого становлення припускає її цілеспрямовану організацію з боку керівника, що поступово привчає студентів до здійснення самоаналізу своєї пізнавальної діяльності та поточних результатів оволодіння професійно необхідними знаннями, вміннями та навичками, формує в них здатність об'єктивно оцінювати власну діяльність і професійну готовність. І хоч кожному студенту в різній мірі властива внутрішня здатність до саморефлексії, важливе завдання керівника – допомогти йому реалізувати цю здатність на практиці.

У реальному житті не кожному студентську групу можна назвати колективом. До того ж, студенти вищого навчального закладу зазвичай функціонують як єдиний колектив не впродовж усього навчального дня, а тільки в ситуаціях прояву загального інтересу, коли вимагається ствердити цю спільноту. Отже, більшість часу вони об'єднані в різні невеликі за численністю спільноти, що формуються за певними інтересами. Тому правильніше говорити про формування корпоративної культури в межах студентської спільноти.

Національний концепт є духовно-ідеологічним чинником формування нації, а соціально-політичним чинником є національний статус, у якому втілюється самоствердження національної спільноти та процес реалізації національних засад, коли це проявляється як національний ідеал. Як найважливіший компонент національної свідомості, національна концепція

втілює національну форму суспільного розвитку як ідею, закладену в сутності нації.

Спільнота є природною організацією життєдіяльності людей, котра об'єднує їх у культурні угруповання, тому саме такі спільноти мають багато можливостей для формування корпоративної культури у студентів. Вона характеризується такими специфічними рисами, як мобільність, соціальний престиж, згуртованість, висока інтенсивність спілкування, напружений пошук сенсу життя тощо, що значною мірою визначають особливості корпоративної культури студентів вищих навчальних закладів.

Оскільки студентські спільноти зазвичай складають молоді люди старшого юнацького віку, слід звернути увагу на те, що цей вік знаменує період завершення формування моральної сфери особистості, становлення і стабілізації її характеру. Причому, саме в цей час багато здобувачів освіти включається в самостійну виробничу діяльність, що позитивно впливає на їхнє професійне становлення. Вони сприймають заклад освіти лише як контекст, в якому проявляються вже сформовані уявлення та цінності його колективу.

Тобто у межах ЗВО найбільш масовою є спільнота, яка об'єднує студентів усіх курсів і факультетів. Ця спільнота має загальну мету: отримання якісної вищої освіти.

### **Список використаних джерел:**

1. Грішнова О.А. Взаємозв'язок цінностей людини й цінностей організації в корпоративній системі. Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Спец. вип.: Соціально-трудова відносина: теорія і практика. Київ: КНЕУ, 2010. Т. 1. 549 с.
2. Кицак Т.Г. Основні напрями формування корпоративної культури на підприємстві. Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Спец. вип.: Управління людськими ресурсами: проблеми теорії та практики. Київ: КНЕУ, 2014. Т. 2. Ч. I. С. 327-336.