

Кузнецов В.В.¹, Аверьянова Е.В.², Воробьев В.К.¹, Костюк Д.Д.¹

¹Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, Россия

²Кумертауский филиал Оренбургского государственного университета, г. Кумертау, Россия

E-mail: vkusnetsov@yandex.ru ; katja08.07.1987@mail.ru ; vorobev_vk@mail.ru ; biget94@mail.ru

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ БУДУЩИХ СТРОИТЕЛЕЙ

В условиях растущей конкуренции строительные компании считают корпоративную культуру важнейшим способом повышения эффективности работы проектных и производственных команд, залогом укрепления партнерских связей и создания привлекательного делового имиджа. Основой формирования корпоративной культуры будущих строителей начинается в вузе, где студенты присваивают базовые профессиональные ценностные категории строительной отрасли, ведущие идеи и принципы норм и моделей деятельности. Базовым документом, определяющим корпоративную культуру отрасли, в добровольном порядке выступает профессионально-этический кодекс строителя, принятый Общероссийским межотраслевым объединением работодателей «Российский Союз строителей». Целью нашего исследования стал поиск средств повышения уровня сформированности корпоративной культуры выпускника вуза по направлению «Строительство» на основе изучения компонентов и моделей корпоративной культуры ведущих предприятий строительной отрасли региона. Проведен кластерный анализ компаний и анкетирование успешно работающих сотрудников ООО НПП «Промтехнология», г. Оренбург и ООО «Акрополь», г. Кумертау. На базе полученных данных для студентов строительных направлений Кумертауского филиала ОГУ и Оренбургского государственного университета были разработаны кейсы с заданиями, направленными на формирование корпоративной культуры, проводились бизнес тренинги. Результаты диагностики выявила корреляцию основных позиций корпоративной культуры студентов - будущих строителей и предприятий-региональных работодателей.

Ключевые слова: корпоративная культура, корпоративная этика, работодатель, студент

Для цитирования: К вопросу формирования корпоративной культуры будущих строителей / В.В. Кузнецов, Е.В. Аверьянова, В.К. Воробьев, Д.Д. Костюк // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2020. – № 5 (228). – С. 107-113.

Kuznetsov V.V.¹, Averyanova E.V.², Vorobyov V.K.¹, Kostyuk D. D.¹

¹Orenburg State University, Orenburg, Russia

²Kumertau branch of Orenburg State University, Kumertau, Russia

E-mail: vkusnetsov@yandex.ru ; vorobev_vk@mail.ru ; biget94@mail.ru ; katja08.07.1987@mail.ru

TO THE ISSUE OF FORMATION OF CORPORATE CULTURE OF FUTURE BUILDERS

In the context of growing competition, construction companies consider corporate culture to be the most important way to increase the efficiency of design and production teams, the key to strengthening partnerships and creating an attractive business image. The basis for the formation of the corporate culture of future builders begins in the university, where students assign the basic professional value category to the construction industry, leading ideas and principles of norms and models of activity. The basic document defining the corporate culture of the industry is voluntarily the builder's professional and ethical code, adopted by the All-Russian Intersectoral Association of Employers "Russian Union of Builders." The goal of the study was to find means to increase the level of formation of corporate culture of a graduate of the university in the direction of "Construction" based on the study of components and models of corporate culture of leading enterprises in the construction industry of the region. A cluster analysis of companies and a questionnaire of successful employees of LLC [NPP Promtekhnologia](#), Orenburg and LLC Akropolis, Kumertau were carried out. Based on the data obtained for students of construction areas of the Kumertau branch of the OGU and Orenburg State University, cases with tasks aimed at forming a corporate culture were developed, business trainings were held. The diagnostic results revealed a correlation of the main positions of the corporate culture of students - future builders and regional employers.

Keywords: corporate culture, corporate ethics, employer, student

Формирование конкурентоспособности выпускника вуза является одной из целей российской системы образования. Повышение уровня профессиональной подготовки кадров в строительной отрасли возможно при внедрении действенных способов и средств освоения ими корпоративной культуры. Для достижения данной цели необходимо конкретизировать содержание,

структуру и специфику корпоративной культуры строительной компании во взаимодействии с работодателями [1], [2].

Наиболее общее определение корпоративной культуры фиксирует следующие характеристики: «...совокупность моделей поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней

интеграции, показавших свою эффективность и разделяемых большинством членов организации» [3]. Анализ определения указывает на дуальность корпоративной культуры, которая имеет как внешний, так и внутренний параметры, указанные на рисунке 1.

Наличие внутренних и внешних проявлений позволяет воздействовать на сотрудников через социокультурный микроклимат, стиль компании, особый дух. Корпоративная культура для компании является ориентиром, который способен регулировать всю работу и является «визитной карточкой» компании во внешних отношениях (структуры власти, компании-конкуренты, партнеры, средства массовой информации и так далее). В то же время основой корпоративной культуры любой отрасли является сплочённость коллектива, единство цели [4].

Если внешние проявления корпоративной культуры современных компаний вполне наблюдаемы, то определить специфику внутренних аспектов достаточно сложно. В то же время они должны быть конкретным образом донесены до сотрудников, правильно ими поняты и присвоены в ежедневных и особенных ситуациях работы и совместного отдыха. Корпоративная культура рассматривается в широком и узком понимании.

Современный уровень широкого представления сотрудникам профессионально-этических норм определяется наличием соответствующих отраслевых кодексов, хартий, соглашений или правил, которые на добровольной основе при-

нимается предприятием (компанией, каким-либо видом объединений компаний), но затем неукоснительно соблюдается в рамках каждого подразделения предприятия.

Как правило, в качестве ориентира корпоративного кодекса принимается общий документ, который затем адаптируется, конкретизируется, детализируется под конкретные аспекты трудовой деятельности, региональные особенности, национально-культурные традиции.

В России крупнейшим общественным объединением является Общероссийское межотраслевое объединение работодателей «Российский Союз строителей» (<https://omorrss.ru>). За 30 лет своего развития РСС подготовила целый ряд документов и соглашений, характеризующий профессиональный облик современного профессионала в сфере строительства. К наиболее полным и разработанным документам в этой сфере мы относим профессионально-этический кодекс строителя, являющийся основой для внедрения работодателями корпоративной культуры. Структура кодекса в авторской интерпретации представлена на рисунке 2.

В фокусе нашего исследования находятся образовательные проблемы, связанные с формированием корпоративной культуры будущего строителя. В этой связи наибольшее внимание мы адресуем вопросам ответственности и правилам профессионального поведения.

Анализируя эти аспекты данного кодекса выделим инвариантные относительно специальности виды ответственности, определенные

Внешние параметры корпоративной культуры

- внешний вид сотрудников, корпоративный стиль, цвета, логотипы и пр., могут быть зафиксированы в документах организации, проявляться в правилах проведения мероприятий

Внутренние параметры корпоративной культуры

- ценностные аспекты деятельности корпорации: философия организации и корпоративный дух, корпоративные идеи, видение миссии, стремления, символы корпорации и пр.

Рисунок 1 – Внешние и внутренние параметры (дуальность) корпоративной культуры

базовыми ценностями – жизнь, закон, долг. Они обуславливают ответственность строителя перед законом, перед заказчиком, перед профессией, перед коллегами по профессии, перед своей семьей, обществом, перед самим собой.

В то же время существенным является выделение приоритетов профессионализма в строительной деятельности (рисунок 3).

Чаще всего под корпоративной культурой в узком смысле слова понимают принятие и соблюдение символики и атрибутов компании, которые играют важную роль, являясь основой

рекламной компании [4– 6]. Удачный логотип может значительно повысить эффект от рекламы и узнаваемость компании, исходя из того, что как крупных, так и мелких строительных компаний в каждом городе большое количество и поэтому важно в символике компании отразить всю значимость и специфику ее деятельности. Рабочая одежда так же должна отражать символику и цвет компании. Узкое понимание корпоративной культуры

Достаточно часто в подразделениях строительных компаний складывается собственная

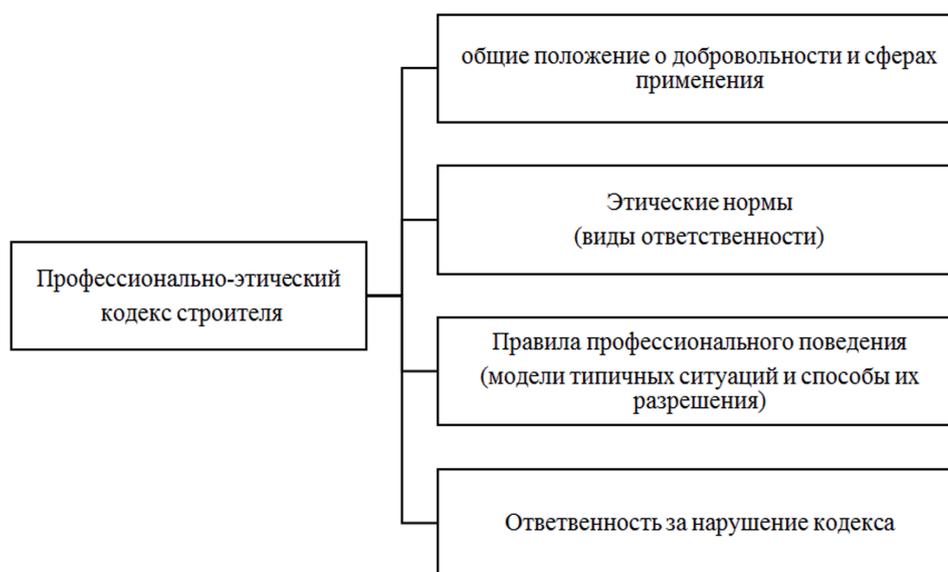


Рисунок 2 – Структура профессионально-этического кодекса строителя по версии Российского союза строителей (авторская интерпретация текста)



Рисунок 3. Специфические требования, обусловленные профессией в кодексе строителя

среда профессиональной коммуникации. Строительные компании ввиду специфики имеют уникальную лексику, в которой чаще всего встречаются названия строительных материалов, проекты, нормативный контроль, технический надзор и так далее, его также можно разделить на профессиональный, разговорный, нормальный, обычный и естественный в зависимости от специфики выполняемой работы.

В каждой компании есть традиции, такие как празднование профессионального праздника, корпоративные праздники, день рождения компании и так далее. Ритуалы так же являются видимыми проявлениями корпоративной культуры, такие, например, как утренние и вечерние планерки, которые позволяют выявить ошибки, согласовать ряд действий. Герои компании являются не маловажной мотивацией для корпоративной культуры компании, они дают необходимые ориентиры, служат примером, что позволяет повысить культурную ценность компании. Самым лучшим примером являются те сотрудники компании, что имеют опыт работы, разделяют базовые идеалы и участвуют в их культивации [7].

Изучение в вузах корпоративной культуры является междисциплинарной задачей, и, как правило, не выделяется в отдельную дисциплину [8-10]. Приобщиться к корпоративной культуре будущих работодателей студенты могут в процессе производственной практики, если такие цели ставятся ее программой и руководителем. В то же время сроки практике не позволяют студенту достаточно вникнуть в

сущность производственного этоса. Эти целям может содействовать изучение специфических проявлений корпоративной культуры конкретных строительных организаций (работодателей и баз практик) для последующей презентации их в ходе занятий, экскурсий, решения кейсов по социально-культурной коммуникации, производственному менеджменту.

Для определения правил и норм, которыми руководствуются строительные компании, нами был проведен опрос сотрудников компаний ООО НПП «Промтехнология», г. Оренбург и ООО «Акрополь», г. Кумертау.

Для обработки данных использовался кластерный анализ, который распределяет данные на двухуровневую систему: ориентир на внешние параметры, ориентир на внутренние, приведенные на рисунках 4 и 5.

Критерием анализа кластеров стала частота указания определенного ответа, отмеченного в анкете. Соотношение параметров в общем отношении «внутренний-внешний» показано на первом уровне анализа, соотношение элементов внутри каждого параметра представлено на втором уровне (рисунок 6).

Проведенное исследование выявило, что наибольшее влияние на корпоративную культуру строительных организаций-работодателей оказывают внешние условия. Несмотря на достаточно сложную экономическую ситуацию, внешним ценностным регулятором корпоративных отношений выступают социальные взаимосвязи, взаимоотношения в коллективе, которые играют более важную роль, чем личное



Рисунок 4 – Кластеризация данных анкетирования (внешние параметры)

благополучие и материальное вознаграждение. Внутреннее состояние компаний в равной степени регулируется этическими правилами, профессиональной компетентностью и стремлением к развитию в профессии, но в меньшей степени ориентацией на результат труда.

Для развития корпоративной культуры будущих выпускников строительных направлений Кумертауского филиала ОГУ и Оренбургского государственного университета был разработан комплект кейсов, который включал в себя задания, созданные на примере реальных рабочих ситуаций, начиная от собеседования и заканчивая работой с заказчиком и разработкой проекта.

В процессе обучения преподаватели также проводили тренинги, основанные на группо-

вой работе, внедрении игротехники в работе со студентами, приглашались бизнес-тренеры, которые вовлекали в работу всех студентов, повышали мотивацию к профессиональной деятельности.

Студенты изучали кодекс этики строителя, анализировали проблемные ситуации, положительные и отрицательные примеры поведения сотрудников и строительных компаний. Тематика реализованных ситуаций включала такие аспекты как гордость за компанию; производительность и профессионализм; руководство и контроль выполнения работ; командная работа; эффективность проекта; взаимоотношения с коллегами; общение с заказчиком; самообразование; безопасность; способность адаптироваться к быстрым изменениям.

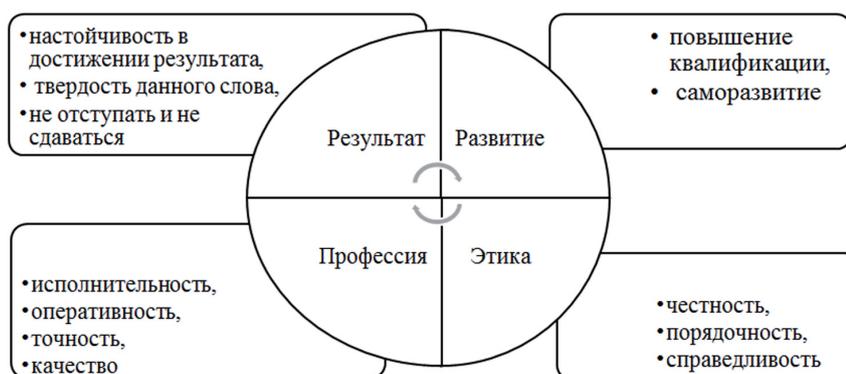


Рисунок 5 - Кластеризация данных анкетирования (внутренние параметры)

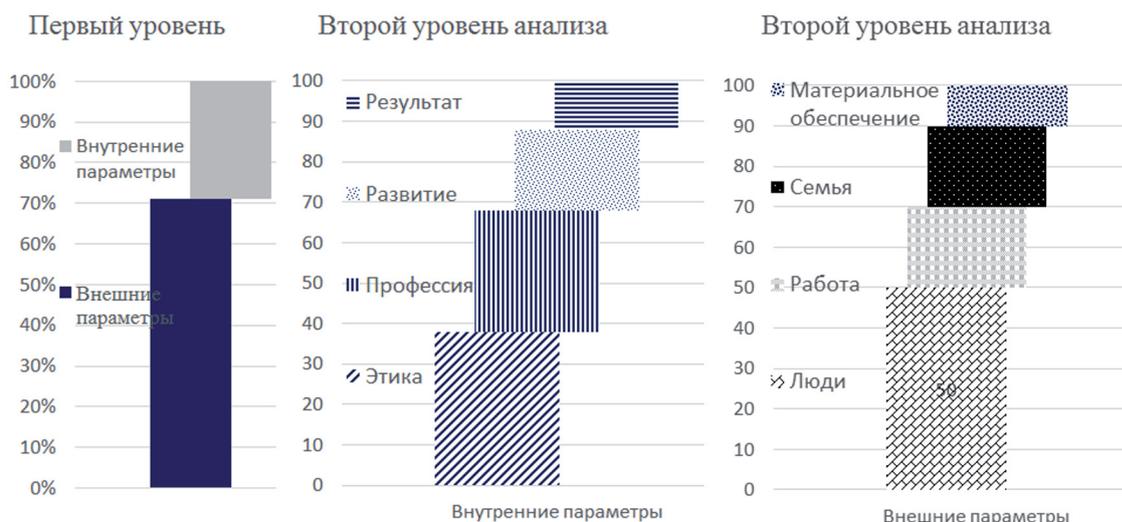


Рисунок 6 – Структура ценностных параметров корпоративной культуры сотрудников строительной организации в виде уровней гистограмм с накоплением данных

Процессы формирования корпоративной культуры студентов строительных направлений изучались по результатам деятельности при решении вариативных проблемных ситуаций, решении кейсов, тренингах. В исследовании участвовали студенты курсов строительного направления Кумертауского филиала. Одним из элементов проявления корпоративной культуры являлось соблюдение профессиональной этики строителя во время выполнения полученных заданий. В качестве средства диагностики использовалась анкетирование уровневой гистограммы с накоплением данных, до выдачи задания и после его выполнения, где студенты должны были ответить на вопросы и провести оценку своего напарника. Для обработки данных также,

как и в компаниях использовался кластерный анализ и были построены уровневой гистограммы с накоплением данных (рисунок 7).

При сравнительном анализе внешних параметров было выявлено, что после обучения структура внутренних и внешних компонентов корпоративной культуры в большей степени коррелирует с аналогичными характеристиками работников строительных компаний студентов (рисунок 8).

Так, коэффициент корреляции для внешних параметров составил 0,91 (сильная корреляция), для внутренних параметров степень корреляции значительно ниже (коэффициент корреляции 0,34), что объясняется существенным различием в возрасте и менталитете респондентов.

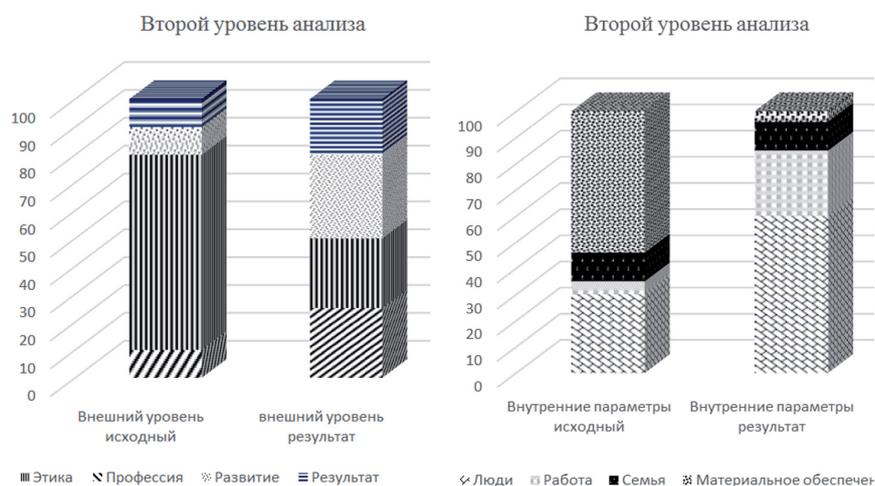


Рисунок 7 – Динамика изменения структуры корпоративной культуры студентов строительных специальностей в учебном процессе в виде гистограммы с накоплением данных

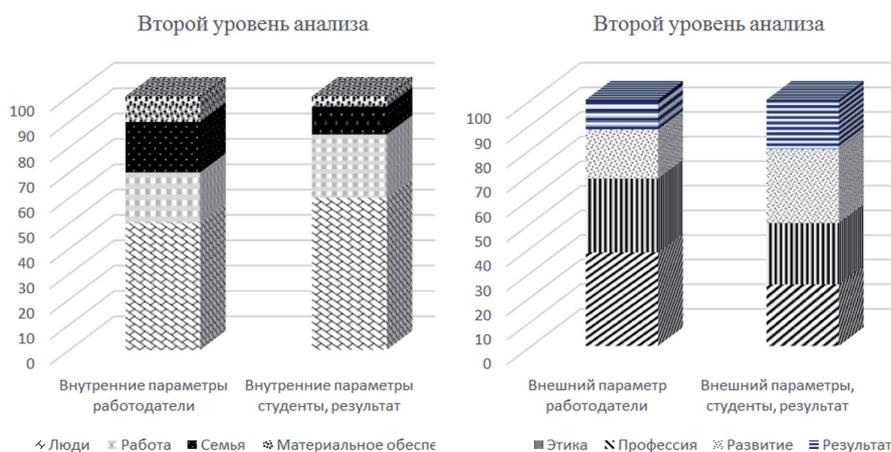


Рисунок 8 – Динамика изменения структуры

В то же время как позитивный сдвиг мы оцениваем установление баланса в оценке значимости этики, профессии, развития и результата деятельности. Дополнительный опрос работо-

дателей позволил установить, что студенты-практиканты и выпускники-вуза более успешно и быстро адаптировались к условиям корпоративной культуры компаний.

16.08.2020

Список литературы:

1. Абаджян С.А. Корпоративная культура: инструмент эффективной деятельности компаний и их деловая репутация /Абаджян С.А., Трамova Д.А.//Аллея науки. – 2018. Т. 2. – № 4 (20).– С. 585-589.
2. Ненахова А.А. Корпоративная культура как фактор эффективного развития организации / А.А. Ненахова, А.А. Скендерова //Аллея науки. 2018. Т. 2.– № 4 (20). – С. 590-594.
3. Глазкова С. Специфика корпоративной культуры строительной компании / С. Глазкова // Строительство и недвижимость. 2001. – № 2. URL: <https://nestor.minsk.by/sn/2001/02/sn10217.html>.
4. Колмыкова, М. Особенности организационной культуры предприятия строительного профиля/ М. Колмыкова // Знание. Понимание. Умение. 2010.– № 3. – С. 236-232
5. Роман Д.А. Роль организационной культуры в повышении инновационной активности организации строительной отрасли / Д.А. Роман, Х.М. Гумба //Экономика и предпринимательство. 2016.– № 4-2 (69). – С. 405-407.
6. Кузнецов, В.В. Корпоративное образование. Стратегия развития. / В.В. Кузнецов, Е.С. Сахарчук. Москва, Пресса. 2019. – 143 с. ISBN 978-5-4365-4553-0/
7. Килимова Л.В. Специфика профессиональной социализации студентов строительных направлений подготовки в образовательном пространстве / Килимова Л.В. // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2017. Т. 7. – № 1 (22).– С. 175-182.
8. Подчалимов М.М. Педагогическая поддержка профессионально-личностного роста выпускника строительного профиля в процессе подготовки к социально-профессиональной адаптации /М.М. Подчалимов // Педагогический поиск. 2017.– № 9.– С. 74-79.
9. Пасленов А.И. Теоретико-методологические основы процесса управления корпоративной культурой студенческой группы // Высшее образование России. – 2008. – № 6. – С. 95–105.
10. Резник С.Д. Работодатели и студенты: о путях формирования конкурентоспособности студенчества / С.Д. Резник, А.А. Соколова // Университетское управление: практика и анализ. – 2010. – № 3 (67). – С. 70 –76.

References

1. Abadzhyan S.A. [Corporate culture: an instrument of effective activity of companies and their business reputation](#)/Abadzhyan S.A., Tramova D.A.//[Alley of Science](#). - 2018. T. 2. - No. 4 (20). - S. 585-589.
2. Nenakhova A.A. [Corporate culture as a factor in the effective development of the organization](#)/A.A. Nenakhova, A.A. Skenderova//[Alley of Science](#). 2018. T. 2.- NO. 4 (20). - S. 590-594.
3. Glazkova S. Specifics of the corporate culture of a construction company/S. Glazkova//[Construction and real estate](#). 2001. – № 2. URL: <https://nestor.minsk.by/sn/2001/02/sn10217.html>.
4. Kolmykova, M. Features of the organizational culture of a construction enterprise/M. Kolmykova//[Knowledge. Understanding. Ability](#). 2010.- NO. 3. - S. 236-232
5. Roman D.A. [The role of organizational culture in increasing the innovative activity of the organization of the construction industry](#)/D.A. Roman, H.M. Gumba//[Economics and entrepreneurship](#). 2016.- NO. 4-2 (69). - S. 405-407.
6. Kuznetsov, V.V. Corporate education. Development Strategy ./V.V. Kuznetsov, E.S. Sakharchuk. Moscow, Press. 2019. - 143 p. ISBN 978-5-4365-4553-0/
7. Kilimova L.V. [Specifics of professional socialization of students of construction areas of training in the educational space](#)/Kilimova L.V.//[News of Southwestern State University. Series: Economics. Sociology. Management](#). 2017. T. 7. - No. 1 (22). - S. 175-182.
8. Podchalimov M.M. [Pedagogical support for the professional and personal growth of a graduate of the construction profile in the process of preparation for social and professional adaptation](#)/M.M. Podchalimov//[Pedagogical search](#). 2017.- NO. 9. - S. 74-79.
9. Paslenov A.I. Theoretical and methodological foundations of the process of managing the corporate culture of the student group//[Higher education of Russia](#). - 2008. - No. 6. - S. 95 - 105.
10. Reznik S.D. Employers and students: on ways to develop the competitiveness of students/S.D. Reznik, A.A. Sochilova//[University Administration: practice and analysis](#). - 2010. - No. 3 (67). - S. 70 - 76.

Сведения об авторах

Кузнецов Владимир Викторович, профессор кафедры общей и профессиональной педагогики Оренбургского государственного университета, доктор педагогических наук, профессор, E-mail: vvkusnetsov@yandex.ru

Аверьянова Екатерина Владимировна, старший преподаватель Кумертауского филиала Оренбургского государственного университета, E-mail: katja08.07.1987@mail.ru

Воробьев Вячеслав Константинович, кандидат педагогических наук, доцент, кафедра управления персоналом, сервиса и туризма Оренбургского государственного университета, vorobev_vk@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-8689-7183>

Костюк Дмитрий Дмитриевич, ассистент кафедры общей и профессиональной педагогики Оренбургского государственного университета. biget94@mail.ru