

. Лохонова Г.М., Куприянова Э.В.

Чебоксарский кооперативный институт (филиал) АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации», г. Чебоксары, Россия

## **НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФОРМА ВОСПИТАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ КООПЕРАТИВНОГО ВУЗА**

Стратегическим направлением развития высшего профессионального образования является повышение качества подготовки специалистов, удовлетворяющих требованиям рынка труда и максимально соответствующих особенностям современных организаций.

Выпускник вуза XXI века – это специалист-менеджер, умеющий быстро и креативно находить ответы на возникающие вопросы, быть профессионально компетентным, инициативным, предприимчивым, самостоятельным, иметь научное мышление.

На успешность адаптации выпускников вуза к условиям труда влияет и уровень профессиональной подготовленности, и их готовность принять корпоративную культуру той организации, в которой предстоит работать. Воспитание корпоративного духа будущих работников потребкооперации становится приоритетом кооперативного вуза. Формирование данного феномена осуществляется в процессе обучения и научно-исследовательской деятельности студентов в вузе.

При организации и развитии системы научно-исследовательской деятельности студентов решаются следующие задачи:

- обеспечение интеграции учебных занятий и научно-исследовательской работы студентов;
- создание условий для раскрытия и реализации личностных творческих способностей студенческой молодежи;
- осуществление органичного единства обучения и подготовки студентов к творческой, научной и профессиональной деятельности;
- расширение массовости и повышение результативности участия студентов в научно-исследовательской деятельности;
- отбор талантливой молодежи, проявившей способности и стремление к научно-исследовательской деятельности;
- формирование и развитие у студентов качеств научно-педагогических и научных работников;
- формирование представлений о методологических основах научного исследования;
- знакомство с теоретическими и эмпирическими методами научного исследования;
- обучение способам обработки и анализа экспериментальных данных;
- формирование и развитие у студентов умения вести научно-обоснованную профессиональную работу на предприятиях и в учреждениях любых организационно-правовых форм; способности быстрой адаптации; освоения методологии и практики планирования, выбора оптимальных решений в условиях рыночных отношений; готовности и способности к повышению профессиональной квалификации и переподготовке;
- поиск и реализация источников финансирования, в том числе за счет средств, получаемых из внебюджетных источников и инновационной деятельности вузов, совершенствование форм и методов привлечения студентов к научно-исследовательской деятельности;
- развитие научных связей с вузами республики, страны и зарубежья.

Научно-исследовательская работа студентов служит формированию их как творческих личностей, способных обоснованно и эффективно решать возникающие теоретические и прикладные проблемы. Студент должен четко понимать структуру своей науки, видеть любой конкретный вопрос в свете этой структуры, владеть логикой научного знания, логикой исследования, в том числе логикой эксперимента и т.д. Включенность студентов в научно-исследовательскую работу в процессе обучения в вузе носит обязательный характер и предполагает их творческую самореализацию в соответствии с индивидуальными интересами и возможностями каждого из них.

Процесс научно-исследовательской деятельности направлен также на формирование корпоративного духа и складывания элементов корпоративного мышления. Под научно-исследовательской деятельностью студента понимается поисковая деятельность научного характера, направленная на объяснение явлений, процессов, установление их связей и отношений, теоретическое и экспериментальное обоснование фактов, выявление закономерностей посредством научных методов познания.

Взаимодействие студентов и научного руководителя в процессе совместной работы над научно-исследовательским проектом направлено на формирование корпоративной культуры и воспитание корпоративного духа. Ничто так не объединяет единомышленников, как совместное научное творчество.

Творчество, по В.И. Андрееву, «один из видов человеческой деятельности, направленной на разрешение противоречия (решение творческой задачи, для которой необходимы объективные (социальные, материальные) и субъективные личностные условия (знания, умения, творческие способности), результат которой обладает новизной и оригинальностью, личной и социальной значимостью и прогрессивностью»<sup>1</sup>.

Исторически понятие «корпоративная культура» возникло в аспекте совместной деятельности людей и связано с необходимостью их объединения с целью эффективного решения конкретных задач. Изначально термин «корпоративный» возник от латинского «corporation» - объединение, сообщество.

Корпоративная культура может рассматриваться как системное качество личности. Она создает у сотрудников ощущение надежности самой организации и своего положения в ней, способствует формированию чувства социальной защищенности. Корпоративная культура стимулирует самосознание и высокую ответственность работника, выполняющего поставленные перед ним задачи.

А. Файоль называл укрепление и поддержание корпоративного духа одним из базовых принципов управления предприятием<sup>2</sup>. Формулируя значение корпоративного духа, он писал: «Союз – это сила. А она является результатом гармонии персонала»<sup>3</sup>.

Элементами корпоративной культуры, в которых просматриваются и закрепляются ценности корпоративной культуры, являются: миссия, история, мифы, легенды, ритуалы, традиции и условия работы. Основными компонентами корпоративной культуры личности называют знания, отношения и действия.

Потребительская кооперация основывается на таких принципах и ценностях, как добровольность, демократия, независимость, равенство, взаимопомощь, взаимная ответственность, справедливость и солидарность. Эти ценности культивируются среди членов потребительских союзов и обществ.

Изучение истории кооперативного движения, прохождение учебно-ознакомительной практики, участие в выездных занятиях в организации потребительской кооперации, а также выполнение научно-исследовательских работ по актуальным проблемам кооперации способствуют проявлению у студентов чувства сопричастности к общему делу.

---

<sup>1</sup> Андреев, В.И. Педагогика: Учебный курс для творческого саморазвития. – Казань: Центр инновационных технологий, 2003. – С. 401.

<sup>2</sup> Занковский, А.Н. Организационная психология / А.Н. Занковский. – М.: Флинта-МПСИ, 2000. – С. 288.

<sup>3</sup> Остаркова, И. Победа разума над хаосом / И. Остаркова // Сообщение. – 2001. - № 11. – С. 14-17.

Ритуалы, традиции и праздники, связанные с важными историческими событиями, многократно усиливают эмоции и чувственные переживания будущего работника системы потребкооперации. Элементы корпоративной культуры потребительской кооперации являются важным звеном корпоративной культуры будущего работника этой организации.

Таким образом, научно-исследовательская деятельность является важным фактором воспитания корпоративной культуры у студентов, получающих высшее профессиональное образование. Выпускники вуза, обладающие высоким уровнем корпоративной культуры, смогут положительно влиять на создание эффективной команды для повышения качества производимой продукции и услуг, увеличения объемов производства и гармонизации социально-трудовых отношений в коллективе.

#### **Литература:**

1. *Андреев, В.И.* Педагогика: Учебный курс для творческого саморазвития. – Казань: Центр инновационных технологий, 2003. – 608 с.
2. *Занковский, А.Н.* Организационная психология / А.Н. Занковский. – М.: Флинта-МПСИ, 2000. – 288 с.
3. *Остаркова, И.* Победа разума над хаосом / И. Остаркова // Сообщение. – 2001. - № 11. – 68 с.