



МЕТОДОЛОГИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ/METHODOLOGY AND TECHNOLOGY OF VOCATIONAL EDUCATION

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.168.30> EDN: WVKOIQ**КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВОСПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ СПО В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА**

Научная статья

Попова Н.В.^{1,*}¹ORCID : 0000-0002-8711-6510;¹Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Екатеринбург, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (nv_popova[at]mail.ru)

Предложена: 09.03.2026; Принята: 06.04.2026; Опубликовано: 17.06.2026

Аннотация

В статье обосновывается потенциал корпоративной культуры промышленного предприятия как фактора профессионального воспитания студентов среднего профессионального образования (СПО) в условиях социального партнерства. Актуальность исследования связана с необходимостью подготовки кадров, готовых разделять ценности работодателя и эффективно адаптироваться к инновационным изменениям в условиях «новой нормальности». Методологическую базу составили нормативно-ценностный, системный и структурно-функциональный подходы к анализу корпоративной культуры, а также теоретические положения социально-партнерского подхода. Представлены результаты эмпирического исследования корпоративной культуры крупного промышленного предприятия Урала (анкетирование 300 работников), выявившие устойчивые ценностно-нормативные структуры, особенности восприятия культуры разными возрастными группами и факторы готовности персонала к нововведениям. Особое внимание уделено анализу ценностных ориентаций и ожиданий молодых работников (до 30 лет), составляющих основной кадровый резерв промышленности. На основе полученных данных определены направления интеграции элементов корпоративной культуры предприятия-партнера в воспитательный процесс колледжа: трансляция профессиональных ценностей, формирование корпоративной идентичности, развитие готовности к инновациям. Сделан вывод о необходимости учета корпоративной культуры базовых предприятий при проектировании содержания профессионального воспитания в СПО.

Ключевые слова: корпоративная культура, профессиональное воспитание, студенты СПО, социальное партнерство, ценности, идентичность.

CORPORATE CULTURE AS A FACTOR IN THE PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF VOCATIONAL EDUCATION STUDENTS IN THE CONTEXT OF SOCIAL PARTNERSHIP

Research article

Popova N.V.^{1,*}¹ORCID : 0000-0002-8711-6510;¹Ural Federal University named after the First President of Russia, B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russian Federation

* Corresponding author (nv_popova[at]mail.ru)

Suggested: 09.03.2026; Accepted: 06.04.2026; Published: 17.06.2026

Abstract

The article substantiates the potential of a manufacturing enterprise's corporate culture as a factor in the professional development of students in secondary vocational education (SVE) in the context of social partnership. The relevance of the research relates to the need to train personnel who are prepared to share the employer's values and adapt effectively to innovative changes in the context of the 'new normal'. The methodological framework consists of normative-value, systemic and structural-functional approaches to the analysis of corporate culture, as well as the theoretical principles of the social partnership approach. The results of an empirical study of the corporate culture of a large industrial enterprise in the Urals (based on a survey of 300 employees) are presented, revealing stable value-normative structures, differences in how culture is perceived by different age groups, and factors influencing staff readiness for innovation. Particular attention is paid to the analysis of the value orientations and expectations of young employees (under 30 years of age), who constitute the main human resource pool for the industrial sector. Based on the obtained data, directions for integrating elements of the partner enterprise's corporate culture into the college's educational process have been identified: the transmission of professional values, the formation of corporate identity, and the development of readiness for innovation. It has been concluded that the corporate culture of partner enterprises must be taken into account when designing the content of vocational education in SVE.

Keywords: corporate culture, professional development, SVE students, social partnership, values, identity.

Введение

Современные социально-экономические условия, характеризуемые понятием «новая нормальность», предъявляют новые требования к системе подготовки квалифицированных кадров. Промышленные предприятия, выступая

ключевыми социальными партнерами организаций среднего профессионального образования (СПО), нуждаются в работниках, не только владеющих профессиональными компетенциями, но и разделяющих корпоративные ценности, демонстрирующих лояльность и готовность к инновационным изменениям. В этой связи актуализируется задача профессионального воспитания студентов СПО как процесса целенаправленного формирования профессионально значимых качеств, ценностных ориентаций и моделей поведения, соответствующих требованиям будущей трудовой деятельности [1].

Значимым ресурсом решения этой задачи выступает корпоративная культура предприятий-партнеров. Исследователи рассматривают корпоративную культуру как систему материальных и духовных ценностей, норм, правил и традиций, разделяемых членами организации и определяющих их поведение [2], [3]. Именно корпоративная культура транслирует работнику эталоны профессионального поведения, формирует чувство принадлежности и идентичности с предприятием [4], [5]. В условиях социального партнерства колледжа и предприятия корпоративная культура последнего может и должна стать содержательной основой для проектирования воспитательной работы со студентами, обеспечивая преемственность между образовательной и профессиональной средой [6].

Особую значимость данная проблема приобретает в отношении молодых рабочих, которые составляют основной кадровый резерв промышленности. Многие из них совмещают учебу в техникумах и колледжах с работой на производстве либо начинают трудовую деятельность после окончания СПО. Именно эта категория работников наиболее чувствительна к ценностно-нормативному содержанию корпоративной культуры, поскольку находится в стадии активного профессионального становления и формирования идентичности [1].

Цель данной статьи — на основе анализа теоретических источников и результатов эмпирического исследования корпоративной культуры промышленного предприятия определить ее потенциал как фактора профессионального воспитания студентов СПО и обосновать возможные направления интеграции элементов корпоративной культуры в педагогическую практику в рамках социально-партнерского взаимодействия.

Методы и принципы исследования

Методологическую основу работы составили нормативно-ценностный, системный и структурно-функциональный подходы к исследованию корпоративной культуры, позволяющие рассматривать ее как многоуровневую систему [3], [7], [8]. Социально-партнерский подход [6], [9] дал возможность интерпретировать взаимодействие образовательных организаций и предприятий как механизм трансляции профессиональных ценностей и норм будущим специалистам.

Эмпирическую базу составили результаты анкетного опроса 300 работников одного из крупных промышленных предприятий Урала. Выборка репрезентативна по полу, возрасту и категориям персонала:

- 1) 61,7% мужчин и 38,3% женщин;
- 2) возрастные группы: до 20 лет — 5,0%, 21–30 лет — 20,7%, 31–35 лет — 51,3%, 36–40 лет — 23,0%.

Такая структура выборки позволяет провести сравнительный анализ восприятия корпоративной культуры различными возрастными когортами и выявить специфику ценностных ориентаций молодых работников (до 30 лет), которые являются целевой группой данного исследования. Инструментарий был направлен на изучение особенностей ценностно-нормативной структуры, организационного взаимодействия, коммуникаций, традиций и готовности персонала к изменениям.

2.1. Теоретические основы исследования корпоративной культуры

Анализ научной литературы показывает многогранность феномена корпоративной культуры. Классические работы Э. Шейна [3] и Д. Мацумото [8] заложили основы понимания структуры и функций организационной культуры. В отечественной науке значительный вклад в развитие проблематики внесли исследователи, изучающие роль корпоративной культуры в повышении эффективности труда [7], [10] и управлении изменениями [5].

Особую значимость для нашего исследования имеют работы, рассматривающие корпоративную культуру в контексте работы с молодежью и адаптации молодых специалистов [11], [12], [13]. В них подчеркивается, что именно через усвоение норм и ценностей корпоративной культуры происходит профессиональная социализация и формирование корпоративного патриотизма у начинающих работников. Теоретические основания и перспективы исследования системы воспитания профессионального патриотизма молодых рабочих через социальное партнерство рассмотрены нами в отдельном исследовании [1].

Основные результаты

3.1. Эмпирический анализ корпоративной культуры промышленного предприятия

Проведенное исследование позволило выявить устойчивые характеристики корпоративной культуры, значимые для профессионального воспитания. Ценностно-нормативная структура предприятия характеризуется приоритетом таких ценностей, как стабильность (92,3% респондентов), сохранение здоровья (68,7%) и хорошие взаимоотношения в коллективе (65,7%). Типичный работник, по мнению опрошенных, обладает дисциплиной, ответственностью, коммуникабельностью и трудолюбием. Данные качества должны стать целевыми ориентирами воспитательной работы в политехническом колледже, в котором обучаются студенты при поддержке исследуемого предприятия.

Однако сравнительный анализ результатов анкетирования возрастных групп показывает существенные различия в восприятии корпоративной культуры и ожиданиях от предприятия, что имеет прямое отношение к задачам профессионального воспитания студентов СПО.

3.2. Ценностно-нормативные ориентации молодых работников

Молодые работники в возрасте до 20 лет в качестве наиболее сильных преимуществ предприятия отмечают стабильность, социальный пакет, возможности для обучения, однако при этом они критически оценивают условия труда и уровень заработной платы. Среди ожиданий от организации у молодых сотрудников доминируют гарантии сохранения рабочего места и хорошие отношения в коллективе, причем значимость этих факторов возрастает по мере взросления: от 20,0% в группе до 20 лет до 100% в группе 36–40 лет.



3.3. Особенности восприятия корпоративной среды

Наибольшие проблемы во взаимодействии с руководством фиксируются именно у самых молодых работников. В возрастной группе до 20 лет 80,0% респондентов отмечают, что их непосредственный руководитель не отмечает их усердие, не дает четких указаний и не заботится о личных контактах. Это свидетельствует о недостаточной включенности молодых сотрудников в систему внутриорганизационных коммуникаций и подтверждает необходимость целенаправленной работы по адаптации и сопровождению начинающих работников еще на этапе их профессионального обучения.

3.4. Готовность к нововведениям и профессиональная идентичность

Анализ готовности персонала к изменениям показывает, что успех инноваций на предприятии зависит от вовлеченности всех категорий работников. При этом у молодых работников в возрасте до 30 лет слабее выражено чувство причастности к результатам деятельности завода: только после 31 года такое чувство появляется у большинства (84,4%). Восприятие коллектива как единой команды в группе до 20 лет присутствует лишь у каждого пятого (20,0%), что резко контрастирует с показателями старших возрастных групп. Следовательно, воспитательная работа в политехническом колледже-социальном партнере предприятия должна быть направлена на формирование у студентов готовности к изменениям, понимания логики организационного развития и активной позиции в профессиональной деятельности.

Обсуждение

Полученные данные позволяют конкретизировать направления использования корпоративной культуры предприятия-партнера в профессиональном воспитании студентов СПО:

1. Ценностно-ориентационное направление. Включение в содержание воспитательных программ модулей, знакомящих студентов с миссией, стратегией, этическими кодексами и корпоративными ценностями базовых предприятий. Это может осуществляться через лекции представителей предприятий, экскурсии, анализ локальных нормативных документов.

2. Деятельностно-коммуникативное направление. Моделирование в образовательной среде колледжа ситуаций, приближенных к реальному производственному взаимодействию. Использование форм работы, развивающих навыки командного взаимодействия, ответственности и дисциплины, культивируемых на предприятии. Важную роль здесь может сыграть наставничество со стороны опытных работников.

3. Социально-интегративное направление. Вовлечение студентов в корпоративные мероприятия предприятий-партнеров (спортивные соревнования, профессиональные праздники, субботники и др.). Это способствует неформальному знакомству с трудовым коллективом, усвоению традиций и формированию чувства сопричастности.

4. Развитие инновационной готовности. Формирование у студентов открытости новому, способности к освоению передовых технологий и адаптации к изменениям через проектную деятельность, решение кейсов, основанных на реальных производственных задачах по повышению производительности труда.

Полученные результаты согласуются с выводами других исследователей о значимости корпоративной культуры для успешной интеграции молодежи в профессиональную среду [11], [13]. Они также подтверждают наш тезис о необходимости конгруэнтности воспитательных воздействий в образовании и корпоративных требований [1]. Предложенные направления интеграции позволяют преодолеть разрыв между академической подготовкой выпускников образовательных учреждений и реальными ожиданиями работодателей, делая процесс профессионального воспитания более целенаправленным и эффективным. Дальнейшие исследования могут быть посвящены разработке и апробации конкретных педагогических моделей и технологий, реализующих данный подход.

Заключение

Корпоративная культура промышленного предприятия обладает значительным воспитательным потенциалом и может рассматриваться как важный фактор профессионального воспитания студентов СПО в условиях социального партнерства. Ее ценности, нормы, традиции и модели поведения задают ориентиры для формирования профессионально значимых качеств будущих специалистов. Использование элементов корпоративной культуры предприятия-партнера в воспитательном процессе политехнического колледжа способствует формированию у студентов реалистичных представлений о будущей трудовой деятельности, развитию профессиональной идентичности, корпоративного патриотизма и готовности к инновациям. Учет выявленных в ходе эмпирического исследования особенностей восприятия корпоративной культуры разными возрастными группами позволяет дифференцировать воспитательные воздействия. Результаты исследования могут служить основой для совершенствования программ профессионального воспитания в системе СПО и развития механизмов социального партнерства образовательных организаций и работодателей.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

- 1.
2. Севумян Э.Н. Понятия «корпоративная культура» и «организационная культура»: социально-философский анализ / Э.Н. Севумян // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. — 2017. — Т. 6, № 5А. — С. 61–68.
3. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство / Э.Х. Шейн ; пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. — Санкт-Петербург : Питер, 2002. — 336 с.
4. Бровкина А.Ф. Корпоративная культура как фактор повышения успешности организации / А.Ф. Бровкина // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. — 2021. — № 1. — С. 112–116.
5. Микрюков Д.Н. Исследование влияния корпоративной культуры на инновационное развитие предприятий в регионах России: эмпирический анализ и практические рекомендации / Д.Н. Микрюков // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). — 2023. — № 2(59). — С. 44–51.
6. Набоких А.А. Социальное партнерство в среднем профессиональном образовании / А.А. Набоких, А.В. Ряттель, А.А. Глатков // Актуальные вопросы современной экономики. — 2021. — № 7. — С. 260–263.
7. Бодрова М.И. Развитие организационной культуры на предприятиях в Российской Федерации — драйвер роста экономики страны / М.И. Бодрова, Н.Г. Кизян // Российское предпринимательство. — 2019. — Т. 20, № 1. — С. 341–356.
8. Мацумото Д. Психология и культура : современные исследования / Дэвид Мацумото ; [пер. с англ.]. — 3-е междунар. изд. — Санкт-Петербург : Прайм-Еврознак ; Москва : Нева, 2002. — 414 с.
9. Герасимов А.В. Проблемы формирования социального партнерства в системе образования Европы / А.В. Герасимов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Проблемы высшего образования. — 2022. — № 3. — С. 105–108.
10. Гончаров В.Н. Теоретические подходы к формированию и развитию корпоративной культуры предприятий / В.Н. Гончаров, В.И. Чернев // Менеджер. — 2018. — № 4(86). — С. 114–119.
11. Коршунова Н.С. Корпоративная подготовка и государственная система профессионального образования: вместе или вместо? / Н.С. Коршунова // Профессиональное образование и рынок труда. — 2013. — № 3. — С. 22–23.
12. Малеко Е.В. Адаптация нового сотрудника на предприятии как составляющая корпоративной культуры / Е.В. Малеко, В.Е. Малеко // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. — 2025. — № 1(27). — С. 11–13.
13. Нагибина Н.П. Формирование профессионального мировоззрения студентов: теоретический аспект / Н.П. Нагибина, Г.А. Таратута, М.И. Банников, Т.Ю. Катричева // Современная высшая школа: инновационный аспект. — 2024. — Т. 16, № 3(64). — С. 152–161.

Список литературы на английском языке / References in English

- 1.
2. Sevumyan E.N. Ponyatiya «korporativnaya kul'tura» i «organizacionnaya kul'tura»: social'no-filosofskij analiz [The concepts of "corporate culture" and "organizational culture": a socio-philosophical analysis] / E.N. Sevumyan // Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke [Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being]. — 2017. — Vol. 6, № 5A. — P. 61–68. [in Russian]
3. Shein E.H. Organizacionnaya kul'tura i liderstvo [Organizational culture and leadership] / E.H. Shein ; transl. from English edited by V.A. Spivak. — Saint Petersburg : Piter, 2002. — 336 p. [in Russian]
4. Brovkina A.F. Korporativnaya kul'tura kak faktor povysheniya uspeshnosti organizacii [Corporate culture as a factor in increasing the success of an organization] / A.F. Brovkina // Teleskop: zhurnal sociologicheskikh i marketingovykh issledovanij [Telescope: Journal of Sociological and Marketing Research]. — 2021. — № 1. — P. 112–116. [in Russian]
5. Mikryukov D.N. Issledovanie vliyaniya korporativnoj kul'tury na innovacionnoe razvitie predpriyatij v regionah Rossii: empiricheskij analiz i prakticheskie rekomendacii [Study of the influence of corporate culture on the innovative development of enterprises in Russian regions: empirical analysis and practical recommendations] / D.N. Mikryukov // Vestnik BIST (Bashkirskogo instituta social'nyh tekhnologij) [Bulletin of the BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)]. — 2023. — № 2(59). — P. 44–51. [in Russian]
6. Nabokih A.A. Social'noe partnerstvo v srednem professional'nom obrazovanii [Social partnership in secondary vocational education] / A.A. Nabokih, A.V. Ryattel', A.A. Glatkov // Aktual'nye voprosy sovremennoj ekonomiki [Current Issues of Modern Economics]. — 2021. — № 7. — P. 260–263. [in Russian]
7. Bodrova M.I. Razvitie organizacionnoj kul'tury na predpriyatiyah v Rossijskoj Federacii — drajver rosta ekonomiki strany [Development of organizational culture at enterprises in the Russian Federation as a driver of the country's economic growth] / M.I. Bodrova, N.G. Kizyan // Rossijskoe predprinimatel'stvo [Russian Journal of Entrepreneurship]. — 2019. — Vol. 20, № 1. — P. 341–356. [in Russian]
8. Matsumoto D. Psihologiya i kul'tura : sovremennye issledovaniya [Psychology and culture: modern research] / David Matsumoto ; [transl. from English]. — 3rd intern. ed. — Saint Petersburg : Prajm-Evroznak ; Moscow : Neva, 2002. — 414 p. [in Russian]
9. Gerasimov A.V. Problemy formirovaniya social'nogo partnerstva v sisteme obrazovaniya Evropy [Problems of forming social partnership in the education system of Europe] / A.V. Gerasimov // Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Problemy vysshego obrazovaniya [Bulletin of Voronezh State University. Series: Problems of Higher Education]. — 2022. — № 3. — P. 105–108. [in Russian]



10. Goncharov V.N. Teoreticheskie podhody k formirovaniyu i razvitiyu korporativnoj kul'tury predpriyatij [Theoretical approaches to the formation and development of corporate culture of enterprises] / V.N. Goncharov, V.I. Chernev // Menedzher [Manager]. — 2018. — № 4(86). — P. 114–119. [in Russian]
11. Korshunova N.S. Korporativnaya podgotovka i gosudarstvennaya sistema professional'nogo obrazovaniya: vmeste ili vmesto? [Corporate training and the state system of vocational education: together or instead?] / N.S. Korshunova // Professional'noe obrazovanie i rynek Truda [Vocational Education and the Labor Market]. — 2013. — № 3. — P. 22–23. [in Russian]
12. Maleko E.V. Adaptaciya novogo sotrudnika na predpriyatii kak sostavlyayushchaya korporativnoj kul'tury [Adaptation of a new employee at an enterprise as a component of corporate culture] / E.V. Maleko, V.E. Maleko // Tradicionnye nacional'no-kul'turnye i duhovnye cennosti kak fundament innovacionnogo razvitiya Rossii [Traditional National-Cultural and Spiritual Values as the Foundation for Innovative Development of Russia]. — 2025. — № 1(27). — P. 11–13. [in Russian]
13. Nagibina N.P. Formirovanie professional'nogo mirovozzreniya studentov: teoreticheskij aspekt [Formation of students' professional worldview: theoretical aspect] / N.P. Nagibina, G.A. Taratuta, M.I. Bannikov, T.Yu. Katricheva // Sovremennaya vysshaya shkola: innovacionnyj aspekt [Contemporary Higher School: Innovative Aspect]. — 2024. — Vol. 16, № 3(64). — P. 152–161. [in Russian]