

Дюк О.М., здобувач
кафедри менеджменту і адміністрування
*Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу*

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ТА ЗМІСТУ ПОНЯТТЯ «КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМСТВА» В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ

Дюк О.М. Дослідження сутності та змісту корпоративної культури підприємства в сучасних умовах розвитку. У статті розглянуто основні підходи до визначення поняття «корпоративна культура». Запропоновано власне трактування даного поняття. Встановлено основну мету корпоративної культури на підприємстві. Висвітлено основні чинники впливу на формування корпоративної культури на підприємстві.

Ключові слова: культура, корпоративна культура, підприємство, мета корпоративної культури на підприємстві, чинники впливу на формування корпоративної культури.

Дюк О.Н. Исследование сущности и содержания корпоративной культуры предприятия в современных условиях развития. В статье рассмотрены основные подходы к определению понятия «корпоративная культура». Предложена собственная трактовка данного понятия. Установлена основная цель корпоративной культуры на предприятии. Освещены основные факторы влияния на формирование корпоративной культуры на предприятии.

Ключевые слова: культура, корпоративная культура, предприятие, цель корпоративной культуры на предприятии, факторы влияния на формирование корпоративной культуры.

Diuk O.N. The study of the essence and content of the corporate culture of the enterprise in modern conditions of development. The article discusses the main approaches to the definition of the concept of «corporate culture». Proposed their own interpretation of this concept. It was established the main goal of corporate culture in the enterprise. Covered the main factors influencing the formation of corporate culture in the enterprise.

Key words: culture, corporate culture, enterprise, goal of corporate culture at an enterprise, factors influencing the formation of corporate culture.

Постановка проблеми. Не всі керівники підприємств приділяють увагу питанню поліпшення та застосування корпоративної культури у сфері управління, оскільки вони віддають перевагу більш матеріальним речам. Українські підприємства також належать до таких. Із розвитком вітчизняної економіки зростали й інвестиції в нього. Але недостатньо лише закупити сучасне обладнання та підняти заробітну плату. Це лише фундамент до формування успішного внутрішнього середовища. Такі речі, як знання, традиції, ритуали та символізм, роблять із персоналу підприємства цілісний організм, який може мінімізувати такі загрози, як недовіра, конфліктні ситуації, байдужість тощо. Саме тому корпоративна культура може мати такий значний вплив на внутрішнє середовище та систему управління на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сутності поняття «корпоративна культура» присвячено значну кількість наукових робіт провідних учених, серед яких: А. Блінов, О. Василевська, К. Голд, І. Кулигіна, Б. Карлофф, Д. Мерсер, Т. Марушак, С. Мішон, В. Погребняк, В. Томілов, П. Штерн та ін.

Попри значний науковий внесок провідних вітчизняних і зарубіжних учених сьогодні так і не існує єдиного підходу до визначення сутності поняття «корпоративна культура». Крім того, недостатньо уваги приділяється питанню визначення основних чинників впливу на формування корпоративної культури на підприємстві.

Постановка завдання. Основною метою статті є дослідження сутності та змісту поняття «корпоративна культура підприємства».

Виклад основних результатів. Кожне підприємство прагне отримати максимальний економічний ефект від своєї діяльності, тому використовує всі можливі ресурси, способи, методи та інструменти для досягнення своєї місії. Не завжди вони можуть мати матеріальну форму або будуть організовано сформовані керівництвом підприємства. На підприємствах є ресурси та процеси, які навіть попри те, що можуть не мати матеріальної форми та не обов'язково утворилися організовано, мають змогу здійснювати суттєвий вплив на фундаментальні зміни всередині підприємства. До них можна віднести один із найскладніших за своєю структурою

ресурс у сучасному веденні господарства – корпоративну культуру, яка уособлює в собі інформацію, вміння, знання, традиції та особливі елементи людського капіталу, що дають підприємству змогу виділитися на фоні інших на ринку, а також прискорити отримання бажаного економічного ефекту за умови її правильного використання.

Як можна зрозуміти з назви поняття, корпоративна культура є частиною поняття «культура».

Історично склалося, що до основних теоретичних підходів до вивчення поняття «культура» відносять [1; 2]: функціоналізм (Б. Маліновський, А. Раткліфф-Браун), де виділяють «нормальний» стан, тобто самодостатність або збалансованість того чи іншого елемента культури; символізм (Т. Парсонс, К. Гірц), згідно з яким елементи культури досліджують як символи, що характеризують відношення особи до оточуючого світу через певну сукупність цінностей, вірувань, ідей і т. д.; адаптивно-діяльнісний підхід (Е. Макарян, С. Едвард), що передбачає визначення елементів культури як механізм, який дає змогу програмувати та мотивувати реалізацію адаптації і перетворення в діяльності людей.

Другим складником терміна «корпоративна культура» виступає поняття «корпорація».

Воно виникло ще в період розвитку давньоримської цивілізації і пройшло значну теоретичну і практичну еволюцію щодо розуміння її сутності.

Сьогодні дане поняття широко застосовується в економічних і правових науках. До найбільш популярних наукових підходів до визначення поняття «корпорація» можна віднести такі:

- корпорація як договірне об'єднання організацій, що сформувалося на базі формування горизонтальних зв'язків, об'єднання виробничих, науково-комерційних інтересів, регулювання якої здійснюється на централізованих засадах [3, с. 219];
- корпорація – це ведення бізнесу, який складається з приватних та/або юридичних осіб [4, с. 31];
- корпорація як форма підприємницької діяльності, за якої пайова власність, статус та функції управління здійснюють наймані керівники [5, с. 363].

Поняття «корпоративна культура» вперше з'явилося у XIX ст. у працях фельдмаршала та військового теоретика Гельмута Карла Бернхарда фон Мольтке, який описав цим терміном взаємовідносини у військовому середовищі, зокрема серед офіцерського складу [6, с. 15].

Нині в науковій літературі вже немає нестачі в дослідженні поняття корпоративної культури, й інтерес до неї лише зростає.

У зв'язку зі зростанням наукового інтересу все більше зростає неможливість дійти до однієї спільної думки щодо сутності поняття «корпоративна культура». Наприклад, В.В. Томілов [7, с. 29] зазначає, що корпоративна культура – це свого роду мислення, завдяки якому можна визначити внутрішнє життя на підприємствах.

І.А. Кулігіна [8] під культурою корпорації розуміє таку позицію, яка формується за рахунок тих чи інших цінностей. Подібної думки дотримується і Б. Карлофф [9, с. 134], який також визначає корпоративну культуру з боку певної позиції, в якій закладені основні цінності підприємств.

Інші автори акцентують увагу на унікальності, яку привносить сформована корпоративна культура на підприємствах. Наприклад, К. Голд [10, с. 569] вважає, що корпоративна культура – це набір таких унікальних характеристик, які дають змогу відрізнити підприємство від інших у його галузі.

Також часто можна зустріти й акцентування науковців на здібностях працівників, завдяки яким і формується успішна корпоративна культура. Наприклад, Д. Мерсер [11, с. 292] зазначає, що корпоративна культура – це максимальний розвиток талантів, професійних навичок та творчих здібностей.

Однією з найпопулярніших точок зору щодо визначення поняття «корпоративна культура» є акцент на таких речах, як вірування, уявлення, символізм, ритуали і т. д. Так, Г.Л. Хаєта [12, с. 17] під корпоративною культурою розуміє систему цінностей, вірувань, символів, очікувань, які були сформовані у внутрішньому середовищі підприємств під час здійснення ними діяльності.

Деякі автори зазначають, що корпоративна культура є ефективним інструментом для встановлення правил поведінки на підприємстві. Так, Т. Марущак [13, с. 37] стверджує, що корпоративна культура – це ні що інше як сукупність прийнятих норм і правил поведінки. Подібну думку має і В.Д. Козлов [14], який розуміє під цим поняттям систему формальних і неформальних правил, а також норм діяльності.

Слід також виділити й специфічні позиції щодо трактування поняття «корпоративна культура». Так, А.О. Блінов та О.В. Василевська [15] вважають, що корпоративна культура – це свого роду припущення, яке виражається у цінностях, і воно дає змогу задавати людям орієнтири в їхніх поведінці та діях.

Зарубіжні колеги також мають специфічне бачення на дане поняття. Наприклад, Р. Песпейл та Е. Етос [16] вважають, що корпоративна культура – це «вищі цілі» і цінності, що мають коріння з дзен-буддизму.

Тобто можна побачити, що науковці розглядають поняття «корпоративна культура» з різних боків, але в кінцевому підсумку в кожному з поглядів можна знайти спільні риси, які об'єднують їх. За результатом дослідження наукової літератури ми сформували підходи, з боку яких найчастіше розглядають поняття «корпоративна культура»: конкурентоспроможний, поведінковий, мотиваційний, оточуючий та ресурсний (табл. 1).

Розглянувши поняття «корпоративна культура», ми дійшли до висновку, що основна мета корпоративної культури для робітника, менеджерів та керівництва є різною, тому ми сформували поліаспектність мети корпоративної культури залежно від ланки підприємства (рис. 1).

Підходи до визначення поняття «корпоративна культура»

№	Конкурентоспроможний підхід	
1	Науковці, яких можна віднести до даного підходу: <i>К. Голд, Г. Морган, Г. Хофстеде, М. Бобілева</i>	Корпоративну культуру розглядають як спосіб виділення підприємства серед інших завдяки унікальним й індивідуальним характеристикам, які присутні лише у внутрішньому середовищі даного підприємства і можуть призвести до підвищення конкурентоспроможності
Поведінковий підхід		
2	Науковці, яких можна віднести до даного підходу: <i>Т. Базаров, С. Шекшня, В. Козлов</i>	Акцентується увага на тому, що корпоративна культура впливає (формує, задає відповідний тон) на поведінку колективу
Мотиваційний підхід		
3	Науковці, яких можна віднести до даного підходу: <i>М. Мерсер, Ю. Одегов, П. Журавльов</i>	Під корпоративною культурою розуміють цінності, навички, які слугують зразком для інших працівників та стимулюють їх о професійного та особистісного розвитку
Оточуючий підхід		
4	Науковці, яких можна віднести до даного підходу: <i>К. Шольц, М. Коул, М. Мескон</i>	Корпоративна культура виступає свого роду оточенням (кліматом), яке природно сформувалося і духовно впливає на внутрішнє життя підприємства
Ресурсний підхід		
5	Науковці, яких можна віднести до даного підходу: <i>В. Погребняк</i>	Корпоративна культура – це сукупність як матеріальних, так і не матеріальних ресурсів, які дають змогу досягнути спільної мети

Джерело: складено автором

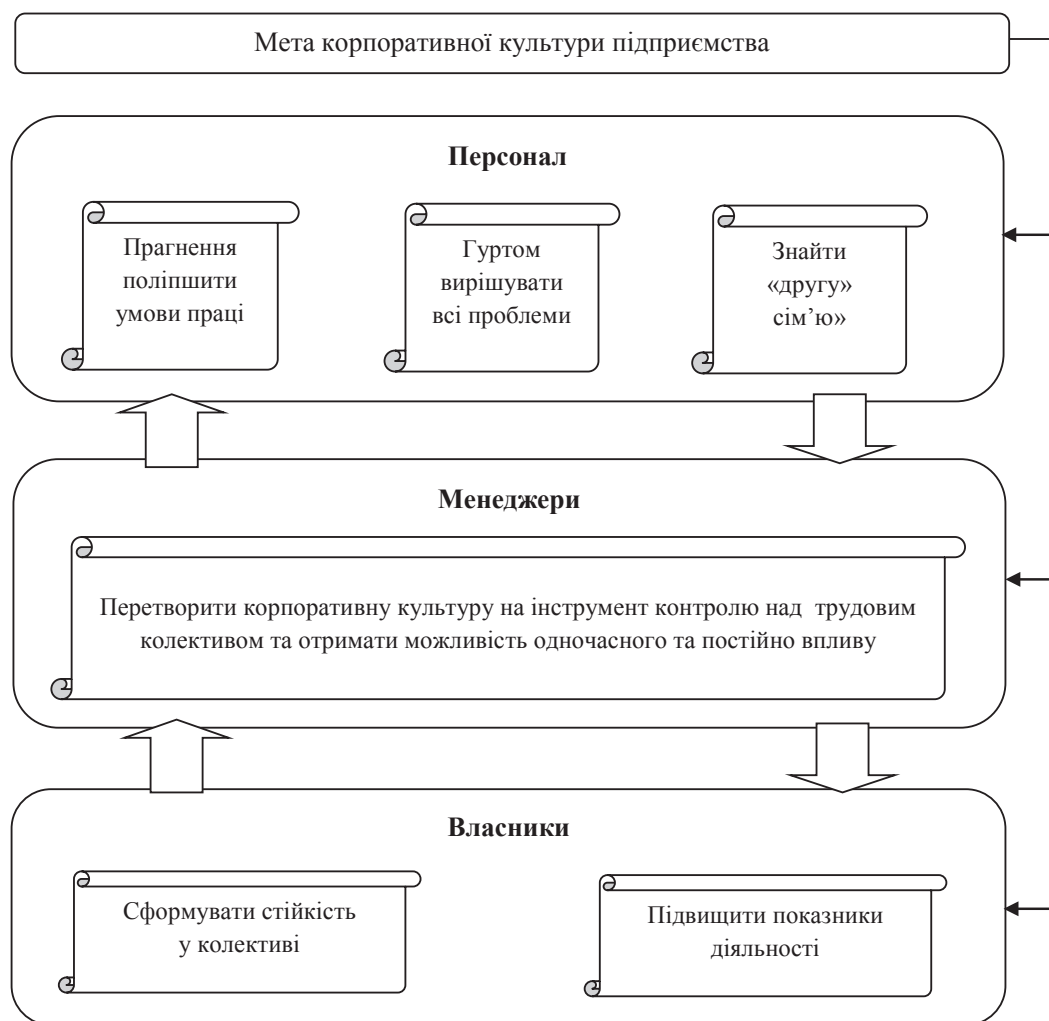


Рис. 1. Поліаспектність мети корпоративної культури підприємства

Джерело: сформовано автором

Основні чинники впливу на формування корпоративної культури

№	Характер чинників впливу	Чинники, які відносять до них
1	Економічний	Внутрішні економічні чинники: система мотивації, рівень інноваційної активності; рівень фінансової стабільності підприємства; вид продукції, товару, послуг; стадія життєвого циклу
		Зовнішні економічні чинники: зростання інфляції в країні; рівень попиту; середній рівень заробітної плати в країні; валютна політика; рівень конкурентоспроможності підприємства, науково-технічний прогрес
2	Правовий	Внутрішні правові чинники: система охорони праці; дотримання чинного законодавства; політика керівництва підприємства; інформаційне забезпечення; рівень освіти працівників; статут підприємства
		Зовнішні правові чинники: політична ситуація в країні; нормативно-правові акти у сфері забезпечення належних умов праці та здійснення підприємницької діяльності
3	Психологічний	Внутрішні чинники: психологічний клімат; гендерна політика; кооперування між працівниками; рівень горизонтальної та вертикальної довіри; рівень ставлення до різноманітних ритуалів, традицій; умови праці; дотримання норм та етикету; психологічна готовність до змін; упевненість керівника
		Зовнішні чинники: менталітет; генофонд; імідж підприємства на ринку
4	Духовний	Внутрішні чинники: життєвий досвід; урахування індивідуалізму; наявність субкультури на підприємстві; неформальний клімат; віра в розвиток підприємства; відсутність бюрократизму; корпоративний дух; виховання
		Зовнішні чинники: розвиток субкультур у країні; рівень конформізму; релігія; розвиток патріотизму; соціальна та демографічна політика; національні звичаї

Джерело: систематизовано та складено автором

Для розкриття сутності поняття «корпоративна культура» необхідно дослідити та систематизувати основні чинники, які впливають на її формування.

Т.О. Беляк [6, с. 106] та Л.В. Волянська-Савчук [17, с. 22] пропонують поділяти чинники впливу на зовнішні і внутрішні.

М.І. Овчаренко [18, с. 48] розширив і виділяє три рівні чинників, що впливають на корпоративну культуру: макро-, мезо- та мікрорівень, зазначаючи при цьому, що мікрорівень включає чинники та процеси, що стосуються окремо взятого індивіда: систему сімейного виховання; систему освіти; соціально-демографічні та організаційно-професійні характеристики.

Ми частково погоджуємося з тим, що чинники слід розділяти на внутрішні й зовнішні, але, на нашу думку, їх також слід розділяти і за характером впливу (табл. 2).

Отже, за результатами проведеного дослідження ми сформуваємо власне бачення поняття «корпора-

тивна культура», яке включає в собі лише найкращі риси з представлених вище підходів і враховує виділені нами спільні риси, які проявляються в значній кількості трактувань даного поняття. Так, корпоративна культура – це набір певної сукупності матеріальних і духовних елементів, що дають змогу розкривати прихований людський потенціал та стають об'єднуючою ланкою для персоналу, різних підрозділів або підприємств, які спільними зусиллями прагнуть досягнути поставленої цілі, підвищити конкурентоспроможність на ринку.

Висновки. Проведене нами дослідження продемонструвало, що в науковій спільноті досі не прийшли до єдиного думки щодо сутності поняття «корпоративна культура». Її значення для підприємства лише зростає, оскільки вона може охопити практично кожний структурний елемент діяльності. У подальшому слід приділити увагу визначенню місця корпоративної культури у виборі технологій управління персоналом на підприємстві.

Список літератури:

1. An analytical approach to the theory of social stratification // Parsons T. Essays in Sociological Theory. Revised Edition. Free Press, Macmillan. N.Y. (London), 1964. P. 69–88.
2. Markarian S. Edward. Capacity for World Strategic Management. Yerevan: Gitutgun, 1998. P. 100.
3. Управление персоналом: учебник для вузов / под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. 423 с.
4. Основы корпоративных финансов / С. Росс, Р. Вестерфилд, Б. Джордан. М.: Лаборатория базовых знаний, 2000. 720 с.
5. Экономический и юридический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна; 6-е изд., доп. М.: Ин-т новой экономики, 2004. 1376 с.
6. Беляк Т.О. Активізація впливу корпоративної культури на розвиток соціально-трудоу відносин: дис. ... к.е.н.; Кіровоградський національний технічний університет. Кропивницький, 2016. 269 с.

7. Томилов В.В. Культура предпринимательства: учебник. СПб.: Питер, 2000. 368 с.
8. Управление персоналом: учеб. пособ. / И.А. Кулыгина, Н.А. Каширин, Д.Ю. Пименов; 2-е изд., испр. Челябинск: ЮУрГУ, 2007. 106 с.
9. Карлофф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы; пер. с англ. под науч. ред. А.В. Приписной. М.: Экономика, 1991. 239 с.
10. Gold Kenneth A. Managing for success: A comparison of the private and public sectors. *Public Administration Review*. 1982. Vol. 42(6). P. 568–575.
11. Мерсер Д. ИБМ: Управление в самой преуспевающей корпорации мира. М.: Прогресс, 1991. С. 292.
12. Корпоративна культура: навч. посіб. / за заг. ред. Г.Л. Хаєта. К.: Центр навчальної літератури, 2003. С. 17.
13. Марущак Т. Корпоративная культура предприятий сферы услуг. *Персонал*. 2001. № 6. С. 37–39.
14. Козлов В.Д. Управление организационной культурой. М.: ИНФРА-М, 1995. 204 с.
15. Блинов А.О., Василевская О.В. Искусство управления персоналом: учеб. пособ. М.: Гелан, 2001. 411 с.
16. Ячменьова В.М., Царенко Н.В. Корпоративна культура промислового підприємства: формування та розподіл витрат; Міністерство освіти та науки, молоді та спорту України, Національна академія природоохоронного курортного будівництва, 2011. С. 14.
17. Волянська-Савчук Л.В. Формування та розвиток корпоративної культури на підприємствах машинобудування; Хмельницький національний університет. Хмельницький, 2017. 266 с.
18. Овчаренко М.І. Організаційно-економічні засади управління розвитком корпоративної культури промислових підприємств: дис. ... к.е.н.; Сумський державний університет. Суми, 2011. 235 с.