

ВИЗНАЧЕННЯ ТА СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

*Різник І.Є., здобувач вищої освіти,
igor.reznik.2003@gmail.com*

*Запорожець А.Д., здобувач вищої освіти,
albinazaporozhets@ukr.net*

*Науковий керівник: Федотова І. В., д.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сучасні умови ринкового господарювання вимагають впровадження нових форм управлінського і адміністративного впливу, які б забезпечили максимально можливе досягнення бажаних результатів діяльності організації. Таким чином, виникає потреба у створенні на підприємстві такої системи управління, при якій працівнику не вигідно приймати пасивну трудову участь у процесах. З урахуванням цього менеджер повинен дбати про формування культури поведінки в організації в цілому і, зокрема, особистості активного, свідомого працівника.

Основоположну роль в формуванні моделей поведінки персоналу відіграє корпоративна культура підприємства. Розглядаючи поняття корпоративної та організаційної культури, буде логічним в першу чергу звернутися до феномену культури в цілому. Дане поняття має безліч смислових відтінків і використовується в різних контекстах, що свідчить про відому незбагненність культури, як зазначав О. Шпенглер, її «душі» [1, с. 344]. Особистісний сенс в понятті культури виділяв І. Кант, вважаючи, що «придбання розумною істотою здатності ставити будь-які цілі взагалі – це культура» [2, с. 469]. А. Швейцер розглядає культуру як сукупність прогресу людини в усіх галузях і напрямках за умови, що цей прогрес служить духовному вдосконаленню індивіда як прогресу прогресу [3, с. 103]. У синтетичній концепції ідеального Д. В. Пивоварова, культура – це ідеалоутворююча сторона людського буття [4, с. 99].

Таким чином, розвиток феномена культури нерозривно пов'язаний з проблемами розвитку людини, її духовного світу і творчості. Отже, можна сказати, що між корпоративною культурою і людиною простежується чітке співвідношення, їх причетність одне до одного, яке необхідно в рівній мірі, як для існування людини, так і для культури організації. У сучасній науковій літературі, присвяченій

вивченню культури компанії, поняття корпоративна культура часто вживається спільно з поняттям організаційна культура. На думку дослідника даної проблематики Е. А. Капітонова, проблемна ситуація у тому, що невід'ємність формування корпоративної культури від організаційної, робить першу недостатньо чітким поняттям, вразливим у теоретико-методологічному плані [5, с. 13].

Наявність великої безлічі різноманітних і часто, суперечливих визначень термінів «корпоративна культура» і «організаційна культура», створює додаткові труднощі для пізнання і практики. Тому, надалі, поняття організаційна культура і корпоративна культура запропоновано використовувати як синоніми. У сучасній літературі існує досить багато визначень поняття «корпоративна культура». Розглянемо найбільш поширені, які представлені в табл. 1.

Таблиця 1 – Підходи до визначення поняття «корпоративна культура»

| Автори | Поняття |
|----------------------------------|---|
| 1 | 2 |
| Е. Джакус [6, с. 251] | Культура підприємства – це який увійшов у звичку, що став традицією образ мислення і спосіб дії, який більшою чи меншою мірою поділяють всі працівники підприємства і який повинен бути засвоєний і хоча б частково прийнятий новачками, щоб нові члени колективу стали «своїми». |
| Л. Елдрідж, А. Кромбі [7, с. 89] | Під культурою організації варто розуміти унікальну сукупність норм, цінностей, переконань, зразків поведінки і т.п., які визначають спосіб об'єднання груп і окремих особистостей в організації для досягнення поставлених перед нею цілей. |
| Х. Шварц, С. Девіс [8, с. 9] | Культура організації являє собою комплекс переконань і очікувань, поділюваних членами організації. Ці переконання і очікування формують норми, що значною мірою визначають поведінку в компанії окремих осіб і груп. |
| В. Оучи [9, с. 45] | Організаційна культура – це символи, церемонії і міфи, які повідомляють членам організації важливі уявлення про цінності та переконання. |
| К. Голд [10, с. 75] | Корпоративна культура – це унікальні характеристики сприйняття особливостей організації, що відрізняє її від усіх інших у галузі. |
| В. Сате [11, с. 378] | Культура організації являє собою набір важливих установок, поділюваних членами тієї чи іншої організації. Ці найважливіші поняття складаються з норм, цінностей, переконань. |
| К. Шольц [12] | Корпоративна культура являє собою неявну, невидиму і неформальну свідомість організації, яка керує поведінкою людей і, в свою чергу, сама формується під впливом їхньої поведінки. |

Закінчення таблиці 1

| 1 | 2 |
|--------------------------------|--|
| Г. Морган [13, с. 135] | Культура підприємства в метафоричному сенсі – це один із способів здійснення організаційної діяльності за допомогою використання мови, фольклору, традицій та інших засобів передачі основних цінностей, переконань, ідеології, які спрямовують діяльність підприємства в потрібне русло. |
| Е. Шейн [14, с. 9] | Організаційна культура – це сукупність колективних базових правил, винайдених, відкритих або вироблених певною групою людей у міру того, як вона вчилася вирішувати проблеми, пов'язані з адаптацією до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграцією, і розроблених досить добре для того, щоб вважатися цінними. Отже, нових членів групи слід навчати цим правилам як єдино правильного способу осягати що-небудь, думати і відчувати в ситуаціях, пов'язаних з вирішенням подібних проблем. |
| Д. Дреннан [15, с. 25] | Культура організації – це все те, що для останньої типово: її характерні риси, що превалюють; відносини, що сформувалися, зразки прийнятих норм поведінки. |
| Е. Браун [16, с. 8] | Організаційна культура – це набір переконань, цінностей і засвоєних способів вирішення реальних проблем, що сформувався за час життя організації і має тенденцію прояву в різних матеріальних формах і в поведінці членів організації. |
| С. Мішон, П. Штерн [17, с. 67] | Організаційна культура – сукупність поведень, символів, ритуалів і міфів, які відповідають поділюваним цінностям, що властиві підприємству, і передаються кожному члену з вуст у уста в якості життєвого досвіду. |
| М. Армстронг [18, с. 134] | Корпоративна культура – це сукупність переконань, відносин, норм поведінки і цінностей, спільних для всіх співробітників організації. Вони можуть не бути чітко виражені, але при відсутності прямих інструкцій визначають спосіб дій і взаємодії людей і значною мірою впливають на хід виконання роботи. |
| Д. Мацумото [19, с. 364] | Організаційна культура – динамічна система правил, поділюваних членами організації. Такі правила включають в себе різноманітні психологічні конструкти: відносини, цінності, переконання, норми і поведінку. Це щось більше, ніж просто поведінкові практики, що спостерігаються в повсякденній виробничій діяльності. Вона має відношення до глибоко вкорінених цінностей і переконань, які вважають важливими для себе не тільки окремі працівники, а й вся організація в цілому. |

Використовуючи те загальне, що властиве багатьом визначенням, можна розуміти корпоративну культуру наступним чином. Корпоративна культура являє собою систему цінностей, норм і

уявлень, які взаємодіючи між собою, відображають індивідуальність кожної окремої компанії і задають індивідуальну поведінку її членів, а також систему, яка проявляється у взаємодії поведінки і сприйнятті особистості і колективу в соціальному середовищі, яке формується цілеспрямовано в рамках прийнятої стратегії компанії.

Цілком очевидно, що й культура організації узгоджується з її спільною метою, може стати важливим чинником організаційної ефективності. Тому сучасні організації розглядають культуру як потужний стратегічний інструмент, який дозволяє орієнтувати всі підрозділи та окремих осіб на спільні цілі, мобілізувати ініціативу співробітників та забезпечити продуктивну взаємодію.

Література.

1. Шпенглер О. Закат Европы. М.: Мысль, 1993. 592 с.
2. Кант И. Сочинения в шести томах. Том 1. М.: Мысль, 1963. 543с.
3. Швейцер А. Культура и этика. М.: Прогресс, 1973. 343 с.
4. Пивоваров Д.В. Проблема носителя идеального образа: операционный аспект. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1986. 129 с.
5. Капитонов Э.А., Капитонов А.Э. Корпоративная культура: теория и практика. М.: Альфа-Пресс, 2005. 352 с.
6. Jaques E. The Changing Culture. N. Y.: Dryden Press, 1952. 341 p.
7. Eldridge J.E.T., Crombie A.D. Sociology of organizations. London: Allen and Unwin, 1974. 218 p.
8. Schwartz H., Davis S. Matching Corporate Culture and Business Strategy. *Organizational Dynamics*. 1981. Vol. 10 Issue 1. 30 p.
9. Ouchi W. Theory «Z»: How American Business can meet the Japanese challenge. New York: Avon, 1982. 256 p.
10. Gold K. Managing for Success. *Public Administration Review*, 1982. 568 p.
11. Sathe V. Culture and Related Corporate Realities. IL.: Irwin, Inc., 1985. 556 p.
12. Scholz C. Corporate Culture. *Long Range Planning*, 1987. P. 78-87.
13. Morgan G. Images of Organization. London: SAGE, 1986. 520 p.
14. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство: Пер. с англ. СПб: Питер, 2002. 336 с.
15. Drennan D. Getting Your Company from Where You are Now, to Where You Want to be. London: McGraw-Hill, 1992. 320 p.
16. Brown A. Organizational Culture. London: Pitman, 1995. 270 p.
17. Michon C., Stern P. La dynamisation sociale. Paris: Ed. d'organisation, 1985. 115 p.
18. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами: Пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2002. 328 с.
19. Мацумото Д. Культура. СПб.: Питер, 2003. 718 с.