

Олексенко Я.А.

аспірант кафедри економічної теорії та міжнародних економічних відносин
Херсонський державний університет
Науковий керівник: к.ек.н., професор Тюхтенко Н.А.
м. Херсон

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

В сучасних умовах розвитку управління зростає інтерес до корпоративної культури, як до феномену, що впливає на успішний розвиток діяльності підприємства. Ефективно визначену і побудовану корпоративну культуру слід розглядати як потужний стратегічний інструмент, що дозволяє координувати роботу всіх структурних підрозділів та окремих членів колективу для досягнення поставлених цілей. Корпоративна культура належить до класу явищ, які мають багатоаспектне тлумачення, різні варіанти визначення, що, на перший погляд, надають їй різного сутнісного характеру. Перш ніж розкрити сутність тлумачень корпоративної культури, справедливо акцентувати увагу на тому, що вона є складовою загальної культури [2, с. 8].

Перші згадування щодо вживання терміну «корпоративна культура» дослідники відносять до кінця XIX-го – початку XX-го ст. У багатьох джерелах зазначено, що вперше словосполучення «корпоративна культура» використав у XIX ст. німецький фельдмаршал Г. Мольтке, як військовий термін, що визначав взаємовідносини в офіцерському середовищі. Проте системні наукові дослідження та розробка концепції корпоративної культури бере свій початок від початку 80-х років минулого століття в США під впливом трьох наукових напрямків: досліджень у сфері стратегічного управління, теорії організації та дослідження організаційної поведінки [3, с. 327].

До сьогоднішнього дня немає чіткої дефініції корпоративної культури, яка б мала всезагальне визначення й однозначне тлумачення. Майже всі підходи до

трактування є значною мірою альтернативними і переважно являють собою перелік складових елементів, які в сукупності формують корпоративну культуру підприємства, але не відображають головної мети її існування.

Визначаючи сутність корпоративної культури, використовують п'ять основних підходів для їх систематизації (табл. 1)

Таблиця 1

Основні підходи до визначення сутності корпоративної культури

Характеристика	Представники	Сутність поняття
1	2	3
1. Функціональний підхід		
описує функції корпоративної культури, її роль як механізму регуляції поведінки між працівниками	К. Голд, Г. Морган, Г. Хофстеде, Е. Браун, В.В. Томілов, В.А. Погребняк	Корпоративна 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
2. Психологічний підхід		
Підкреслює формування звичок працівників та особливості їх адаптації до організаційного середовища	М. Мескон, Є. Шейн, Є. Жак, К.Кричевський, Т.Ю. Базаров	Корпоративна культура – це комплекс базових припущень, розроблених групою осіб, для оволодіння здатністю протидії проблемам зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції у довгостроковій перспективі
3. Описовий підхід		
включає перелік усіх елементів корпоративної культури	Д. Елдрідж, А. Кромбі, М.Мескон, А.В. Карпов, М.С. Злобін	Корпоративна культура – це унікальна сукупність норм, цінностей, зразків поведінки, що визначають спосіб об'єднання груп та окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених цілей
4. Історико-генетичний підхід		
включає процеси соціального та культурного наслідування, розвиток традицій, звичаїв, ритуалів	У. Оучі, С. Мішон, П.Штерн, В.Співак, Б.Ф. Усманов	Корпоративна культура – це сукупність поведінки, символів, ритуалів і міфів, що відповідають цінностям, які розділяють персонал організації і передаються новим членам як життєвий досвід
5. Нормативний підхід		
звертає увагу на норми й зразки поведінки	В. Сате, Н. Лемерт, Є. Уткін, З. Румянцева	Корпоративна культура – це система уявлень, символів, артефактів, цінностей і зразків поведінки, що розділяються всіма членами організації

Складено автором на основі джерел [1, с.392-397; 3, с.328].

Більшість авторів у своїх визначеннях називають в якості компоненту

корпоративної культури *цінності* організації, тому можна стверджувати, що *сутністю корпоративної культури* є саме вони, що домінують серед співробітників та сукупність способів їх реалізації, що переважають у ній на певному етапі розвитку підприємства [4, с.81-82].

Отже, на нашу думку, корпоративна культура представляє собою систему цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, дійових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів, формування яких відбувається під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників (історичних, культурних, економічних, політичних, ментальних), досягнення певних результатів у діяльності персоналу і підприємства загалом. Кожна успішна організація має свою корпоративну культуру, що дає їй змогу вирізнитися серед інших, створює атмосферу індивідуальності серед її членів. Корпоративна культура виступає індикатором розвитку та роботи організацій, адже вона насамперед позначається на соціально-психологічному кліматі, який задає емоційний фон для роботи всього колективу. Її можна тлумачити, як інструмент у сфері управління, що дає змогу керувати персоналом, підвищувати конкурентоспроможність, ефективно здійснювати позитивні зміни.

Література

1. Ігнат'єва І.А. Корпоративне управління: підручник / І.А. Ігнат'єва, О.І. Гарафонова – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 600 с.
2. Корпоративна культура / Г.М. Захарчин, Н.П. Любомудрова, Р.О. Винничук, Н.В. [Смолінська](#). – Львів : Новий Світ-2000, 2011. –341 с.
3. Стратегічний менеджмент: навчальний посібник / За заг. ред. М.П. Бутка [М.П.Бутко, М.Ю. Дітковська, С.М. Задорожна та ін.]. – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 376 с.
4. Фіщук Н.Ю. Корпоративна культура організації: сутність, види, принципи та вплив на розвиток організації / Н.Ю. Фіщук, І.В. Ломачинська / Збірник

наукових праць ВНАУ. Серія Економічні науки. – Вінниця: ВНАУ, 2012. –
Випуск 1 (56). – Том 4.). – С.82-85.