

**Олексенко Я.А.**

аспірант кафедри економіки та міжнародних економічних відносин

Херсонський державний університет

*Науковий керівник: к.ек.н., професор Тюхтенко Н.А.*

м. Херсон

## **СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ**

Корпоративна культура компанії стала популярним предметом сучасних досліджень у багатьох галузях соціально-гуманітарного знання. Зокрема, з точки зору менеджменту її розглядають, наприклад, як «потужний інструмент, що дозволяє об'єднати трудову ініціативу всіх співробітників» [1, с. 38]. Економічний аспект розгляду переважно асоціює корпоративну культуру з поняттями успішності, ефективності, підвищення якості праці та прибутковості. Крім того, спостерігаємо підвищений інтерес до цього явища в галузі соціально-психологічних досліджень, що зосереджені на конкретних проявах впливу корпоративної культури на формування особистісних та суспільних рис працівників.

Для ефективного управління корпоративною культурою підприємства необхідно, на нашу думку, насамперед мати чітке уявлення про її сутність, принципи формування й використання, структурну побудову та функціональне призначення кожного складового елемента тощо.

Складність і неоднозначність корпоративної культури як категорії зумовлює наявність у науковій літературі значної кількості праць, автори яких демонструють розмитість власної позиції та наводять визначення із різними акцентами на центральні компоненти корпоративної культури [2, с.256; 3].

Окремі дослідники (О. Віханський, О. Наумова) виділяють якусь одну з характерних рис корпоративної культури, не розкриваючи її повністю. Інші (Г. Морган, Є. Уткін) акцентують на умовах і факторах, що визначають корпоративну культуру, або на характері суспільно-економічних відносин всередині підприємства, або на результаті її використання[2].

Однак, більшість авторів у своїх визначеннях називають в якості центрального компоненту корпоративної культури цінності організації, слід погодитися, що сутністю корпоративної культури є саме вони, які домінують серед співробітників та сукупність способів їх реалізації, й переважають у ній на певному етапі розвитку підприємства [3, с. 82-85].

Дослідження наукових концептів становлення та розвитку корпоративної культури в історії економічної думки дає змогу зазначити, що беззаперечними складовими корпоративної культури є духовна складова (що включає цінності, міфи, історію, символи (імідж, обряди та ритуали), та соціальна складова (особиста ініціатива, готовність йти на ризик, чіткі цілі, узгодженість дій тощо).

З часом, коли змінюється сама філософія ведення бізнесу, багато дослідників виявляють нові аспекти прояву культури на підприємстві. Тому серед сукупної кількості теоретичних думок учених, більшість схиляються до включення в структуру корпоративної культури інтелектуальної складової.

На підставі аналізу теоретичних джерел нами систематизовано базові елементи корпоративної культури, що містять три основні складові (табл. 1).

*Таблиця 1*

### **Базові складові корпоративної культури**

№	Назва	Сутність
1	2	3
1.	Інтелектуальна складова	Елементи, що характеризують рівень розвитку інтелекту, та елементи, які відображають результати інтелектуальної діяльності. Забезпечення працівників умовами, що сприяють їх інтелектуальному розвитку (навчання, підвищення кваліфікації, забезпечення об'єктами інтелектуальної інфраструктури, інноваційний розвиток).
2.	Соціальна складова	Умови, характер і зміст праці робітників; стимули до праці; кадрове забезпечення підприємства. Забезпечення працівників умовами, що сприяють їх соціальному розвитку (проведення корпоративних вечорів, організація відпочинку, оздоровлення).
3.	Духовна складова	Кодекс корпоративної поведінки, трудової дисципліни та документів, що визначають основні засади корпоративної культури. Забезпечення працівників умовами, що стимулюють духовний розвиток – етичні цінності, наявність етичних норм та відносин працівників усередині підприємства та працівників підприємства із зовнішнім середовищем.

Складено автором на основі джерел [1, с.37-44; 3].

До соціальних складових елементів корпоративної культури також відносять і такі якості особистості, як бажання конкурувати, вміння переконувати; прагнення відігравати роль неформального лідера; терпимість до рутинної адміністративної роботи [4].

Формування корпоративної культури, що створює соціальний та духовний клімат у колективі, стає в сучасних умовах глобальним стратегічним ресурсом. Практика багатьох зарубіжних ІТ-підприємств свідчить, що ділова єдність наряду залежить від духу та атмосфери, які створюються в компанії. Робота злагодженої команди є більш ефективною, ніж індивідуалізована праця, навіть високопрофесійна. Проте, слід пам'ятати, що все ж таки головними цінностями корпоративної культури є люди та інформація.

### **Література**

1. Дмитренко М.Й. Методологічні засади дослідження корпоративної культури в соціально-філософському знанні / М. Й. Дмитренко / Гуманітарний часопис: [зб. наук. праць]. – Х. : ХАІ, 2011. – № 1. – С. 37-44.

2. Тарасюк Л.М. Основні наукові підходи до визначення термінології в галузі корпоративної культури / Л.М. Тарасюк / Український науковий журнал «ОСВІТА РЕГІОНУ». –Луцьк, 2012. – Випуск 1. – С. 255-259 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://social-science.com.ua/article/762>.

3. 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.

4. Чернишова А. О. Деякі аспекти корпоративної культури організації / А.О. Чернишова, Т.А. Немченко// Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки: зб. наук. пр. – Кіровоград: КНТУ, 2010. – Вип. 17. – С. 328-330.