

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-9>
УДК 658.3:311.1

Олексенко Я.А.
аспірант кафедри економіки
та міжнародних економічних відносин,
Херсонський державний університет

НАУКОВІ КОНЦЕПТИ СТАНОВЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ІСТОРІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

У статті розглянуто еволюцію розвитку поняття «корпоративна культура». Окреслено передумови виникнення та процеси, що супроводжували розвиток відповідного феномена. Запропоновано еволюційний підхід для дослідження корпоративної культури, який дає змогу визначити її джерела, рушійні сили та історичні форми. Виділено основні етапи становлення корпоративної культури в історії економічної думки. Проаналізовано співвідношення понять організаційної та корпоративної культури в науковій літературі. Висвітлено, як розвиток цивілізації, науково-технічний прогрес приводять суспільство до потреби в роз-

витку духовної культури і навіть до того, щоб у трудовій діяльності вимоги високої культури, етики були пріоритетними щодо вимог чистої економіки. Акцентовано увагу на необхідності формування корпоративної культури як феномена, що впливає на успішний розвиток діяльності сучасного підприємства.

Ключові слова: корпоративна культура, підприємство, корпоративний дух, організаційна культура, людський капітал, зовнішнє конкурентне середовище, інтеграційні процеси, глобалізація економічного простору.

В статье рассмотрена эволюция развития понятия «корпоративная культура». Предложен эволюционный подход для исследования корпоративной культуры, который позволяет определить ее источники, движущие силы и исторические формы. Очерчены предпосылки возникновения и процессы, которые сопровождали развитие соответствующего феномена. Выделены основные этапы становления корпоративной культуры в истории экономической мысли. Проанализировано соотношение понятий организационной и корпоративной культуры в научной литературе. Раскрыто, как развитие цивилизации, научно-технический прогресс приводят общество к потребности в развитии духовной культуры и к тому, чтобы в трудовой деятельности требования высокой культуры, этики были приоритетными относительно требований чистой экономики. Акцентировано внимание на необходимости формирования корпоративной культуры как феномена, который влияет на успешное развитие деятельности современного предприятия.

Ключевые слова: корпоративная культура, предприятие, корпоративный дух, организационная культура, человеческий капитал, внешняя конкурентная среда, интеграционные процессы, глобализация экономического пространства.

Oleksenko Yana. SCIENTIFIC CONCEPTS OF CORPORATE CULTURE FORMATION IN HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Theme actuality. In modern conditions of management development an interest in corporate culture grows since it's a phenomenon that influences successful development of the enterprise activity. Efficiently defined and constructed corporate culture should be considered as a powerful strategic tool that allows the coordination of the work of all structural units and certain staff members to achieve the company's goals. Corporate culture belongs to a class of phenomena that have a multi-dimensional interpretation, different variants of definition that, at first glance, give it a different substantive character. The basis for the clarification of corporate culture essence, its place in the enterprise management system is the study of scientific concepts of the formation and development of the concept «corporate culture» in the history of economic thought. The article outlines the preconditions of emergence and processes that accompanied corresponding phenomenon development. An evolutionary approach is proposed for the study of corporate culture; it allows determining of its sources, driving forces and historical forms. The correlation between concepts of organizational and corporate culture in the scientific literature has been analyzed. It has been highlighted in the survey how the development of civilization, scientific and technological progress lead the society to the need for the development of spiritual culture, and even the demands of high culture, ethics in the labour activity should be priority in terms of a clean economy requirements. The key role in the efficient functioning of a modern enterprise is played by its corporate culture, which today is used by leading foreign and domestic enterprises as an innovation management tool. Thus, this phenomenon will become an effective instrument for achieving the enterprise's mission in modern features of external and internal environment of the enterprise, characterized by globalization and integration, instability and unpredictability.

Key words: corporate culture, enterprise, corporate spirit, organizational culture, human capital, external competitive environment, integration processes, globalization of economic space.

Постановка проблеми. Процеси глобалізації сучасного світу виступають каталізатором розвитку інтеграційної господарської діяльності на рівні суб'єктів господарювання, а зростаючий рівень міжнародної конкуренції, поглиблення й розвиток цивілізованих ринкових відносин, боротьба за світове технічне лідерство та кризові процеси в економіці змушують підприємства постійно еволюціону-

вати й швидко реагувати на зміни, визначають необхідність пошуку нових методів підвищення ефективності діяльності підприємства.

У таких умовах відбувається суттєва переоцінка ролі та значення людського чинника в системі управління підприємницькою структурою й усвідомлюється, що персонал підприємства є його основним і найважливішим ресурсом. Більшість науковців пого-

джуються з тим, що в перспективі необхідно сформувати новий стиль управління: з одного боку, жорстку дисципліну і централізацію, а з іншого – скорочення дистанції влади через відкритість і доступність [1, с. 130]. Цей перехід передбачає використання сукупності різноманітних способів впливу на працівників, які поєднують у собі як матеріальні, так і нематеріальні чинники. До останніх і належить такий соціальний феномен, як *корпоративна культура* – потужний інструмент управління підприємством і промислово-виробничим персоналом загалом, рушійна сила, що об'єднує підприємство і персонал єдиною місією, єдиною філософією, стратегією розвитку, принципами, цінностями, традиціями, створює репутацію в діловому світі, формує імідж організації, підвищує її конкурентоспроможність і забезпечує конкуренту перевагу [9, с. 73].

Підґрунтям для розуміння сутності корпоративної культури, її місця в системі управління підприємством є дослідження наукових концептів становлення та розвитку самого поняття «корпоративна культура» в історії економічної думки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями питання історії розвитку та розуміння сутності корпоративної культури займалися такі видатні вітчизняні і зарубіжні вчені, як О. Бала, Т. Біляк [1], А. Бурлакова [2], Г. Хаєт, Е. Шейн, Т. Башук, І. Ігнатєва [4], В. Євтушевський, О. Тарасова, В. Співак, Е. Капітонов [5], С. Щербіна, Н. Тарнавська [12], Н. Фіщук, І. Химич [13], В. Юрченко та ін.

Окремі аспекти корпоративної культури досліджували економісти, соціологи, психологи і педагоги, такі як В. Пилипенко, І. Бебешкіна, Т. Заславська, Р. Ривікіна, В. Щербіна та інші представники різних шкіл і течій.

Однак, незважаючи на вагомий теоретичний здобутки у царині зазначеної проблеми, питання вивчення історії виникнення і становлення корпоративної культури вимагають більш ґрунтовного опрацювання, оскільки вони не систематизовані та не мають комплексного характеру.

Мета статті полягає у висвітленні генезису розвитку корпоративної культури в історії економічної думки як необхідного елемента управління компанією в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Проблема корпоративної культури є відносно новою для нашого суспільства і не досить дослідженою. Наукове тлумачення феномена корпоративної культури відрізняється складністю й різноманітністю теоретичних підходів до визначення його сутності, усвідомлення і прийняття певної позиції з цілої низки проблем. Однією з найважливіших є визначення змісту цього поняття. Це пояснюється тим, що корпоративна культура перебуває на «перетині» таких наук, як психологія, культурологія, педагогіка, менеджмент, соціологія, філософія, економіка та інші, вона потребує комплексних досліджень за участю фахівців різного профілю [11].

Подібно до багатьох філософських термінів, поняття корпоративної культури з'явилося набагато пізніше, ніж зафіксоване ним явище соціальної дійсності. Витоки сучасної корпоративної культури дослідники пов'язують із періодом Середньовіччя. Правила поведінки встановлювалися й підтримувалися всередині професійних співтовариств – ремісничих і торговельних гільдій. Відповідно до історичних свідчень, ставилися до цих правил часом з більшою повагою, ніж до державних законів. Їх порушення могло закінчитися виключенням із цеху та професійною дискваліфікацією, а підпорядкування, навпаки, гарантувало причетність до обраної спільноти, що, у свою чергу, дарувало впевненість у завтрашньому дні.

Значний внесок у процеси формування корпоративної культури вніс ранній капіталізм і фабричний спосіб виробництва. У перших індустріальних організаціях власники та їх безпосереднє оточення відчували необхідність додержуватися певних стандартів поведінки. Вони постійно стикалися з відсутністю трудової дисципліни: бурхливі пояснення, бійки, лайка, пияцтво, азартні ігри, довільне відвідування роботи. Відгуком на загрозу упорядкованості з боку керівництва

були дисциплінарні стандарти поведінки й жорстокий контроль за їх виконанням.

Поступове подолання негативного емоційного тла виробничих комунікацій почалося у XIX сторіччі. Широко відомим прикладом успішного втілення нових принципів та норм колективної праці у виробництві став організаційний підхід, що був реалізований на фабриці гончарних виробів британським ліберальним реформатором Дж. Веджвудом. Йому вдалося досягти рівноваги між дисципліною й спонуканням до праці. Дж. Веджвуд сконцентрував робітників в одному загальному приміщенні, де в кожного було своє робоче місце, яке вони не повинні були залишати. Тоді праця була організована таким чином, що вироби переходили від одного робітника до іншого. Це підсилювало залежність працівників, хоча кожний мав індивідуальне завдання. Увів нову структуру керування, призначивши начальників для заводу загалом, старшин для контролю над вантажами, а також інспекторів, які повинні були турбуватися про людей і їхню заробітну плату.

Для виконання функції нагляду Дж. Веджвуд сформулював детальні правила дисципліни, подібно до військової, зафіксувавши їх у спеціальному документі для працівників. Було введено систему штрафів і доган. При цьому Дж. Веджвуд щиро прагнув «поліпшити моральне обличчя» своїх робітників і вважав, що дисципліна дозволить їм бути стриманими й підвищить їхнє почуття власної гідності. За покору Дж. Веджвуд пропонував своїм працівникам економічну підтримку у разі хвороби й соціальний захист загалом.

На прикладі реформ Дж. Веджвуда простежується прагнення формалізувати й упорядкувати відносини, створити чітку організаційну структуру. Ідеалом Дж. Веджвуда було виробництво, що функціонує як єдиний злагоджений механізм.

Перші згадування щодо вживання терміна «корпоративна культура» дослідники відносять до кінця XIX – початку XX ст. У літературі цього періоду згадується наявність та підтримка «корпоративного духу». У багатьох джерелах зазначено, що вперше словосполу-

чення «корпоративна культура» використав у XIX ст. у військовій термінології німецький фельдмаршал Мольтке для визначення відносин у офіцерському середовищі [9, с. 74].

Із розвитком виробничих відносин удосконалювався і науковий менеджмент. Уже наприкінці XIX ст. вивчення впливу людських взаємин усередині організації почали займатися представники школи людських відносин менеджменту. Дослідженню впливу організаційної поведінки на діяльність підприємства сприяв Хоуторнський експеримент на початку 30-х років XX ст. у Чиказькій компанії Western Electric, очолюваний американським ученим Елтоном Мейо. Метою експерименту було дослідження діяльності підприємства у культурному аспекті. Елтон Мейо виявив вплив на продуктивність праці робітників підприємства «прихованих» психологічних та соціальних чинників, подальше вивчення яких сприяло висновку дослідника про необхідність «поміркованого життя для індивіда в корпорації» та розвитку в індивіда «почуття групової співучасті» на основі загальних групових цінностей. Якщо раніше передбачалося наукове обґрунтування оптимального використання машин та механізмів, а люди були на другому плані, то тепер всебічно вивчалися чинники управління роботою людей, бралися до уваги моральні та соціальні чинники, групові стосунки людей, їхні потреби тощо [2, с. 87; 12, с. 39]. Тим самим було започатковано дослідження корпоративної культури як самостійного об'єкта під назвою «школа людських відносин».

Дослідження професійних відносин було продовжено у 50-х роках М. Далтоном, який дослідив виникнення культур та субкультур та виклав результати їх дослідження у книзі «Людина, яка керує».

На початку XX ст. Анри Файоль, засновник школи класичного управління, у книзі «Загальне і промислове управління» серед основних принципів управління виокремлює корпоративний дух, розуміючи під ним «згуртованість працівників, єдність сили».

У світі бізнесу ідея про етичні правила поведінки працівників організації виникла в

1930-ті роки в Японії, об'єднавши самурайську етику та сучасні технології виробництва. Це було викликано гострою необхідністю підвищення ефективності виробництва за умови, що всі технологічні ресурси були вже вичерпані. Трохи пізніше американці запозичили та розвинули положення про корпоративну культуру, і натепер її основа являє собою синтез двох начал: західного, орієнтованого на крайній індивідуалізм та особисту вигоду, і східного, за якого вища цінність людини складається в безмежному злитті із суспільством [7].

У другій половині ХХ ст. почали з'являтися відносно чіткі визначення культури підприємства і поняття «корпоративна культура», що охоплювали явища духовного й матеріального життя колективу та домінуючі в ньому моральні норми та цінності, кодекс поведінки, ритуали тощо [13].

Перші ідеї щодо управління з використанням культури опублікував у 1960 році американський соціолог Д. Мак-Грегор у праці «Людська сторона підприємства», запропонувавши теорії «Х» та «У».

Теорія «Х» стверджувала, що природну схильність людей до лінї слід долати завдяки контролю та мотивації до праці грошима, тоді як теорія «У» базувалася на природних людських амбіціях, що сприяють самоконтролю й самоуправлінню людей, а їхній мотиваційний аспект – це задоволення від виконаної роботи. Практичне використання цих теорій дослідник убачав у гармонійному їх поєднанні. Науковці Ричард Джонсон і Вільям Оучі доповнили ідею ефективного управління у роботі «Теорія Z (методи організації виробництва. Японський і американський підходи» (1988). Ця теорія уже мала риси японського підходу до управління організацією й передбачала рух ініціативи та інформації знизу вгору, а також прийняття рішень на основі консенсусу вищого керівництва із середньою управлінською ланкою [8].

Концепція та системні наукові дослідження корпоративної культури розпочалися переважно у 70–80 рр. ХХ ст. і були наведені у працях А. Петтігрю «Вивчаючи організаційну культуру» (1979), Р. Паскаль і А. Атос «Мистецтво японського менеджменту» (1981), Т. Діла й А. Кеннеді «Корпоративна культура» (1982), Т. Пітерс і Р. Уотрелман «У пошуках ефективного управління» (1982) – у числі перших озвучили термін «організаційна культура» у контексті корпоративної культури і тези про те, що вона є важливим чинником економічної ефективності організації та її адаптації до зовнішнього середовища [3].

У цей же період дослідження корпоративної культури починали проводити у великих корпораціях (наприклад, ІВМ), що мають відділення в багатьох країнах світу. Проте з часом досвід, накопичений західними фахівцями, став транслюватися і на інші, менші компанії з іншими способами організації.

Матеріали Барселонської конференції 1989 року, присвяченої проблемам розвитку організації на сучасному етапі і корпоративній культурі зокрема, відображають підвищений інтерес дослідників до аналізу методів і форм корпоративної культури [4, с. 391].

У дослідженнях корпоративної культури в Західній Європі дослідники певну увагу зосереджували на духовних елементах і поняттях, використаних для визначення явищ, ідей, засобів пізнання, символів та їх значень, цінностей, правил і норм, моделей поведінки тощо (М. Елвесон, Р. Кілман, Р. Рюттінгер, Д. Ньюстром, К. Девіс, Л. Джоуел, В. Співак, А. Заньковський, С. Шекшня та ін.).

Р. Кілман, зокрема, вважає, що корпоративна культура – це філософські й ідеологічні уявлення, цінності, переконання, очікування, атитюди та норми, які об'єднують організації в єдине ціле та поділяються її членами. На думку К. Голда, корпоративна культура являє собою унікальні характеристики особливостей організації, що вирізняють її серед інших у галузі. М. Мескон визначає корпоративну культуру як атмосферу і клімат в організації, що відображає звичаї, які в ній домінують. О. Віханський та О. Наумов під корпоративною культурою розуміють набір найважливіших положень, що сприймаються членами організації та втілюються у цінностях, які декларуються організацією і визначають людям орієнтири в їхній поведінці та діях [11, с. 256].

Д. Елдрідж і А. Кромбі вважають, що культура організації – це унікальна сукупність норм, цінностей, переконань, які визначають спосіб об'єднання груп і окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених перед нею завдань. Г. Морган визначає культуру у метафізичному розумінні як один із засобів здійснення організаційної діяльності за допомогою використання мови, фольклору, традицій та інших способів передачі основних цінностей, переконань, ідеологій, які спрямовують діяльність підприємств [4, с. 392–397].

Є. Уткін характеризує корпоративну культуру як систему цінностей і переконань, що поділяються всіма працівниками фірми і зумовлюють їхню поведінку, характер життєдіяльності організації [3, с. 255–259].

Щодо співвідношення понять організаційної та корпоративної культури в науковій літературі є кілька поглядів.

Автори Т. Діл, А. Кеннеді, Е. Шейн розглядають корпоративну культуру як ідентичну організаційній. Під корпоративною (організаційною) культурою вони розуміють комплекс базових принципів організації діяльності підприємства, розроблених для вирішення проблем її зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції. Часто в зарубіжній літературі поняття «корпоративна культура» є синонімом поняття «організаційна культура». Вітчизняні дослідники (О.С. Виханський, Л.В. Карташова, В.А. Співак та ін.) також дотримуються цього підходу, відзначаючи тотожність запропонованих термінів.

Інші вітчизняні дослідники пропонують розглядати корпоративну культуру як рівень розвитку організаційної культури, що сформувалася в межах індустріального суспільства. Корпоративна культура виступає різновидом організаційної культури і відображає специфіку організацій сучасних підприємств у постіндустріальному суспільстві і відносин усередині них. Як відзначає Е. Капітонов, «ці різновиди культури мають нормативні, стильові, функціональні особливості, які є внутрішнім початком організаційних і сучасних корпоративних відносин, що виражають специфіку життєдіяльності економічних і poste-

кономічних корпорацій» [5, с. 57]. Процес становлення і розвитку корпорацій завжди супроводжується формуванням певної нормативної системи, що відповідає загальним корпоративним цілям і враховує цінності співробітників організації.

Ю. Красовський, Є. Молл, В. Щербина вважають, що краще розглядати корпоративну культуру як частину організаційної культури. Вони під організаційною культурою розуміють культуру головної (материнської) організації, а під корпоративною культурою – культуру підрозділів підприємства в інших країнах. Тим самим у межах цього підходу корпоративна культура є елементом організаційної. Але в такому разі не до кінця з'ясованим залишається питання про критерії відмінності цих культур у діяльності підприємств.

Є думка, що корпоративна культура – це культура великих виробничих, торгових та інших об'єднань із певною формою економічної і юридичної структури (корпорацію), а організаційна культура – це культура невеликих організацій [6].

Інколи, вивчаючи внутрішнє середовище підприємства, дослідники поділяють формальні і неформальні системи правил, норм діяльності, звичаїв, традицій, що стали традиційними в організації. Більш того, саме за критерієм формальності і неформальності нормативних систем, що склалися всередині підприємства, розходяться і поняття корпоративної та організаційної культури.

Таким чином, корпоративна культура є формалізованою системою цінностей і норм поведінки, що формується вищим менеджментом організації, а організаційна культура – системою відносин, що спирається переважно на неформальні норми, сформовані природно і самостійно, без примусу і контролю.

Аналіз різних підходів до співвідношення понять організаційної та корпоративної культури дає змогу дійти висновку про те, що між організаційною та корпоративною культурою є тісний зв'язок і взаємовплив. Це проявляється в тому, що організаційна культура як стихійно складена неформальна система цінностей, установок, що визначає поведінку

співробітників організації, є невід’ємною частиною корпоративної культури, яка являє собою сукупність як формальних, так і неформальних правил, норм, цінностей, що об’єднують людей для досягнення поставлених цілей.

Незважаючи на те, що корпоративна культура являє собою цілеспрямовано сформовану керівництвом організації систему декларованих цінностей, норм, правил, зразків поведінки співробітників, ідеальний бажаний образ свого підприємства, вона не може суперечити неформальній системі цінностей співробітників і повинна їх урахувувати в процесі створення ефективної корпоративної культури, оскільки в іншому разі остання буде мати суто декларативний характер.

Упродовж ХХ – початку ХХІ століття уявлення про корпоративну культуру, її місію, цілі, принципи, засоби і можливості реалізації суттєво змінювалися. Аналіз еволюції наукової думки засвідчив, що уявлення про її моделі, вплив на відносини у сфері праці набували нового змісту залежно від становлення менеджменту, змін суспільно-політичного устрою, форм власності, домінуючих цінностей, норм поведінки, особливостей національної свідомості [10]. Наукові пошуки в цьому напрямі посилювалися, що пояснюється активізацією засобів ролі людського капіталу, забезпечення економічного та інноваційного розвитку підприємств і подолання протиріччя у взаємодії соціальних партнерів.

Таблиця 1.1

Основні етапи становлення і розвитку корпоративної культури

Етап	Короткий опис
1	2
I етап: Донауковий (до ХХ ст.)	Виникнення терміна «корпоративна культура», що спочатку стосується визначення спільних зовнішніх атрибутів в одязі та спілкуванні військових; простежується прагнення формалізувати й упорядкувати відносини, створити чітку організаційну структуру підприємства.
II етап: Наукового менеджменту (від поч. ХХ ст. – кінець 70-х років ХХ ст.)	Термін поширюється на об’єднання студентів, професійні та інші спільноти, його сутністю стають не лише відмінності в атрибутах одягу, спілкуванні, а й спільні інтереси, прагнення займатися спільною справою, головною рисою такої культури стає так званий «корпоративний дух», що відображає згуртованість у досягненні спільних цілей. У другій половині ХХ ст. почали з’являтися відносно чіткі визначення культури підприємства та поняття «корпоративна культура», що охоплювали явища духовного та матеріального життя колективу та домінуючі в ньому моральні норми та цінності, кодекс поведінки, ритуали тощо.
III етап: Гуманізація управління (80-ті роки ХХ ст. – кінець ХХ ст.)	Завдяки науковим дослідженням було з’ясовано, що однотипні управлінські методи впливу на трудову поведінку працівників у різних організаціях демонструють розбіжності в поведінкових реакціях, які часто є протилежними; причина такого часто криється у різних культурних особливостях, трудових традиціях, ціннісних орієнтирах. У цей же період дослідники А. Кеннеді, Дж. Лафферт, Р. Харрісон, С. Ханді, Е. Шейн збагатили уявлення про корпоративну культуру, доводячи, що вона є чинником успіху організації, важливим інструментом якісного розвитку персоналу. Вплив культури на ефективність діяльності підприємства не піддавався сумніву, а термін «корпоративна культура» закріпився як науковий.
IV етап: Сучасний етап соціально-технічних концепцій менеджменту (початок ХХІ ст.)	У світі відбувається зміна пріоритетів у розвитку корпоративної культури підприємств у напрямі підвищення її ролі в якісному розвитку людського капіталу, підвищення інноваційної активності працівників. Цей етап характеризується активізацією досліджень моделей корпоративної культури, а також збагаченням форм і методів корпоративної культури в інтересах ефективного використання та розвитку людського капіталу на етапі інноваційних змін із метою підвищення ефективності діяльності компаній.

Джерело: складено автором на основі джерел [4; 10, с. 343–353; 13, с. 105–116].

Предмет розгляду – корпоративна культура – зразок того, як розвиток цивілізації, науково-технічний прогрес приводять суспільство до потреби в розвитку духовної культури і навіть до того, щоб у трудовій діяльності вимоги високої культури, етики були пріоритетними щодо вимог чистої економіки [4, с. 391].

Аналіз наукових джерел свідчить, що сучасні наукові дослідження співвідносять історичні етапи розвитку корпоративної культури з етапами розвитку теорії та практики управління:

Еволюційний підхід має достатнє підґрунтя для дослідження корпоративної культури і дає змогу визначити її джерела, рушійні сили та історичні форми. Все це необхідно для визначення та аналізу її основних типів, що дозволяють виявити специфічні риси кожного окремого підприємства та знайти адекватні методи її удосконалення, адже тип корпоративної культури є одним із показників її комплексної оцінки, з урахуван-

ням якої формується стратегія розвитку корпоративної культури.

Висновки. Історичний аналіз засвідчив, що проблеми виживання, розвитку й адаптації компанії в зовнішньому конкурентному середовищі, у нестабільних соціальних, економічних, політичних умовах і проблеми внутрішньої інтеграції, концентрації персоналу навколо цілей та цінностей організації в усі часи були первинною причиною і рушійною силою формування і розвитку корпоративної культури.

Необхідність у вивченні корпоративної культури пов'язана з істотним впливом процесу глобалізації економічного і соціального простору на зміни внутрішнього середовища підприємства. Корпоративна культура може стати інструментом, що сприяє підвищенню показників ефективності компанії, а також показником, що стримує її розвиток, у зв'язку з цим і виникає необхідність у її вивченні, формуванні, зміні та управлінні.

Список використаних джерел:

1. Біляк Т.О. Вдосконалення корпоративного управління підприємства на основі розвитку корпоративної культури. Вісник ЖДТУ. Серія Економічні науки. 2016. № 4(78). С. 129–135.
2. Бурлакова А., Савчук Л. Розвиток корпоративної культури в Україні. Персонал. 2005. № 5. С. 86–89.
3. Гайдученко С.О. Теоретико-методологічні засади формування та розвитку організаційної культури публічного управління. Дисерт. докт. наук з держ. управ.: 25.00.01. 2016. 437 с.
4. Ігнат'єва І.А., Гарафонова О.І. Корпоративне управління. 2013. 600 с.
5. Капітонов Е.А., Капітонов А.Е. Корпоративна культура і PR. 2003. С. 57.
6. Мазур І.І., Шапіро В.Д. Реструктуризація підприємств і компаній. 2000. 587 с.
7. Носова Л. Чи потрібна корпоративна культура освіті? URL: <http://www.pld.org.ua>.
8. Оучи У.Г. (пер. с англ. Вышинская Е.В., Котий Г.А.). Методы организации производства: японский и американский подходы. Экономика. 1984. 183 с.
9. Семененко В.М., Пищенко О.А. Корпоративна культура як елемент управління підприємством і її формування. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2012. № 3–4 (4–5). С. 73–77. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html>.
10. Семикіна М.В. Феномен корпоративної культури в системі соціальних важелів якісного розвитку трудового потенціалу. Управління економікою: теорія та практика. Другі Чумаченківські читання. 2013. С. 343–353.
11. Тарасюк Л.М. Основні наукові підходи до визначення термінології в галузі корпоративної культури. Український науковий журнал «ОСВІТА РЕГІОНУ». 2012. № 1. С. 255–259. URL: <http://social-science.com.ua/article/762>.
12. Тарнавська Н.П., Пушкар Р.М. Менеджмент: теорія та практика. 2005. 486 с.
13. Химич І.Г. Формування корпоративної культури підприємства в сучасних економічних умовах. Сучасні соціально-економічні проблеми теорії та практики розвитку економічних систем. 2015. № 31. С. 105–116.