

Л.В. ПЕРЕВАЛОВА, канд.філос.наук, професор, НТУ «ХПІ», Харків
Є.С. МЕРЕЖКО, студент, НТУ «ХПІ», Харків

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена актуальним питанням становлення та розвитку корпоративної культури в Україні і світі. Автори аналізують особливості національної культури, національного характеру та їх вплив на формування корпоративної культури компаній.

Статья посвящена актуальным вопросам становления и развития корпоративной культуры в Украине и мире. Авторы анализируют особенности национальной культуры, национального характера и их влияние на формирование корпоративной культуры компаний.

The article is devoted the pressing questions of stanovlennya and development of corporate culture in Ukraine and world. Authors analyse the features of national culture, national character and their influence on forming of corporate culture companies.

В Україні відбувається активний процес становлення корпоративного сектору економіки. Приватні підприємства, господарські товариства стали самостійно визначати напрямки своєї діяльності, розробляти норми своєї поведінки. В повній мірі це стосується корпорацій, які визнаються юридичними особами та здійснюють господарську діяльність. Особлива роль серед них належить комерційним компаніям, мета і призначення яких одержання прибутку. Вони здійснюють підприємницьку діяльність на власний ризик, тому їх власники самостійно розробляють для себе та своїх співробітників правила поведінки.

Вивчення стану вітчизняної теорії, методології та методики корпоративного управління свідчить про відсутність комплексних досліджень в цій сфері для умов трансформаційної економіки. Недостатньо вивчені пробле-

мні питання реалізації прав найманих працівників у корпораціях, удосконалення управління державними корпоративними правами, формування корпоративної культури.

У кожній великій корпорації існує цілий набір правил, норм, принципів гри, згідно з якими окремі групи визначають свою поведінку. При цьому носіями культур цих груп є окремі особистості, що виражають подібні інтереси. Корпоративна культура визначає принципи та правила внутрішнього життя підприємницької організації.

Термін «корпоративна культура» з'явився у ХІХ ст. Німецький фельдмаршал Мольтке застосовував його, коли характеризував взаємовідносини між офіцерами. В той час взаємовідносини регулювались статутами, судами честі. Правила поведінки, як писані, так і не писані, склалися в середині професійних співтовариств ще у середньовічних гільдіях, порушення цих правил могло призвести до виключення членів із співтовариства.

Поняття «корпоративної культури» увійшло у побут розвинутих країн у двадцяті роки ХХ століття, коли виникла потреба упорядкувати взаємовідносини в середині крупних фірм та корпорацій, а також усвідомити своє місце в інфраструктурі економічних, торгових і промислових зв'язків.

Вважається, що родоначальниками корпоративних правил стали японські компанії. Перший «моральний кодекс працівника фірми», що носив назву «Сім духів», з'явився у 1930 році в японській компанії Mitsubishi Electric. Він об'єднав в собі уявлення про ефективний менеджмент того часу і принципи самурайського кодексу Бусідо.

У Сполучених Штатах Америки корпоративна етика та корпоративні кодекси стали використовуватися в управлінні компаніями кілька десятиліть тому. США активно перейняли досвід японських компаній. ... «Корпоративні кодекси, що представляють собою збір принципів і правил ділової поведінки, є центральним елементом корпоративної етики. «Карти етики» – набір етичних правил і рекомендацій, які конкретизують етичний кодекс корпорації для кожного співробітника компанії. Вони містять також і ім'я консультанта компанії з етичних питань. Даний метод застосовується в японських компаніях» [1].

Російський бізнес став приділяти увагу питанням корпоративної культури відносно недавно: компанії стали замислюватися про створення системи ефективного корпоративного управління наприкінці 90-х років. Були прийняті Кодекс честі банкіра, Правила сумлінної діяльності членів професійної асоціації учасників фондового ринку, Кодекс честі членів Російської гільдії ріелторів, Кодекс професійної етики членів російського товариства оцінювачів та інші.

Світова теорія та практика корпоративного управління приділяють велике значення проблемам формування корпоративної культури. Дослідження ведучих американських компаній, яке було проведене американськими вченими Пітерсом і Робертсом, показали, що роль корпоративної ку-

льтури у досягненні ефективного управління досить велика. На думку вчених, ця культура є основним елементом корпоративної стратегії, хоча цей факт залишається не зрозумілим у багатьох кампаніях [2].

Прийняті в компанії цінності та стандарти поведінки і роботи одержали найменування корпоративної культури компанії. Офіційна корпоративна культура відображається у корпоративному кодексі компанії (розділи кодексу: місія, бачення, слогани, цінності, цілі, правила і норми внутрішньої і зовнішньої поведінки і взаємодій). Неофіційна корпоративна культура знаходить свій прояв в управлінському стилі і реальних взаємодіях між співробітниками.

Таким чином корпоративну культуру можна визначити як сукупність найважливіших положень діяльності підприємства, обумовлених місією та стратегією розвитку, що знаходять своє відображення в соціальних нормах і цінностях, які поділяє більшість працівників. Така культура дозволяє відрізнити одну корпорацію від іншої, генерує прихильність цілям корпорації, створює атмосферу ідентифікованості для членів корпорації, зміцнює соціальну стабільність, є контролюючим механізмом, що направляє і формує відносини та поведінку працівників. Корпоративна культура є специфічною формою існування взаємозалежної системи, що включає в себе: ієрархію цінностей, які домінують серед співпрацівників підприємства; сукупність способів їх реалізації. Виходячи з вище наведеного, корпоративна культура, з одного боку, це система особистих і колективних цінностей, що сприймаються та поділяються всіма членами корпорації. З іншого боку, під корпоративною культурою розуміють набір прийомів і правил вирішення проблеми зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції працівників. Складовими корпоративної культури є: прийнята система лідерства; стилі вирішення конфліктів; діюча система комунікації; місце інваліда в корпорації; прийнята символіка і гасла, герби, ритуали.

На всіх етапах історичного розвитку України суттєвий вплив на її економічне середовище та економічну культуру мали ті чи інші особливості національного буття, національного характеру суспільної свідомості та психології українства. Особливо важливе значення в зазначеному контексті має, як відмічає А. Скуратовський, національний характер [3].

Національний характер є важливою складовою будь-якої національної культури, у тому числі й корпоративної. Національний характер являє собою не стільки сукупність психологічних явищ, скільки буття, форми самоусвідомлення народу. З одного боку, розвиток національного характеру залежить від стану розвитку суспільства, держави, права, економічної культури, від можливості людини реалізувати свої права і свободи. З другого боку, національний характер здійснює суттєвий вплив на соціально-економічний розвиток суспільства, у тому числі корпоративності, корпоративної культури, корпоративної свідомості.

На думку С. Кримського, в українській культурі домінували образи людей вільного ратного духу, козаків, лицарів [4].

У національному характері українців, їх ментальності існувала та існує і сьогодні ціла низка рис, які не вписуються у норми корпоративної культури. Витоки невисокого рівня економічної культури, зокрема економічний нігілізм, позапублічність життя багатьох тощо, які й сьогодні є реальністю ментальності значної частини населення, коріняться у глибинах національного характеру, етнічній психології нашого народу, які формувались упродовж багатьох століть.

Негативно впливають на формування корпоративної культури такі риси характеру українців, як комплекс «меншовартості», сконцентрованість на внутрішніх переживаннях, «відступи у себе», поєднані із замкненістю та недовірою, настороженим ставленням людини до оточення, стиль притаєного існування з життєвою філософією «моя хата з краю, нічого не знаю», «тихіше води, нижче трави». Негативно впливає на розвиток корпоративної культури – безпосередньо чи опосередковано – також інертність, неактивність у громадських справах, суміш індивідуалізму та егоїзму, надто приземлений прагматизм. До цього слід додати надмірну довірливість, піддатливість зовнішнім впливам, пристосуванство.

Однією з особливостей національного характеру українців, яка суттєвим чином впливає на формування корпоративної культури, є індивідуалізм, який зумовлений специфікою суспільного життя. У результаті в українському національному етносі індивідуальний чинник взяв гору над колективним. З часом сформувався український індивідуалізм, пріоритет індивідуального над загальним, колективним, як вияв свободолюбства особистості. Враховуючи ту обставину, що утворення корпоративного капіталу здійснюється за принципом «через індивідуальне до колективного», з опосередкованим володінням власністю в ньому, то зазначена риса національного характеру українців об'єктивно сприяє формуванню корпоративної культури, норм корпоративної філософії. Однак індивідуалізм, прагнення до свободи, які мали прогресивний історичний сенс, призвели у свій час до самоізоляції, руйнування організаційних форм упорядкування суспільного, до невміння створювати і втримувати владу, що на сьогодні є гальмівним чинником процесу формування корпоративної культури.

Суттєвий вплив мають особливості соціального розвитку, зокрема соціальної структури українського суспільства. Специфічна соціальна структура українського суспільства характеризується недостатньою соціальною диференціацією, переважанням у ній селянства. Це наклало на психіку українського населення відбиток «селянськості», що, на нашу думку, не є позитивним у соціальному портреті сучасного українця.

На формування корпоративної культури впливають також певні негативні риси ментальності національної еліти, зокрема інтелігенції. Протягом тривалого періоду часу характерним був поширений перехід

значної частини української національної еліти до польської, російської, а потім і до радянської еліти. Національна еліта якраз і повинна брати активну участь у впровадженні культури відносин у сфері економіки, зокрема корпоративної.

Особливості національної культури українців, незважаючи на деякі негативні риси, які обумовлені історичним розвитком суспільства, характеризуються цілою низкою конструктивних рис української вдачі, які можуть сприяти засвоєнню нормативних цінностей корпоративної культури. Мова йде про високий рівень розвиненості волелюбства, природного демократизму, що можуть бути закріплені не тільки в політичній, а і в корпоративній культурі. Демократичні цінності українського суспільства, що впродовж кількох століть поступово слабшали, «вимивалися», та пов'язані з ними риси національного характеру в умовах незалежності України можуть бути відтворені. Це дає підстави стверджувати, що більшість конструктивних рис українського національного характеру можуть виступати важливими чинниками у побудові системи управління національним капіталом, його складової – корпоративного капіталу.

Таким чином, в основі успішного й прибуткового бізнесу лежить здорова, заснована на загальних цінностях, корпоративна культура, яка визначає відношення людей до роботи, стиль і ефективність командної роботи, задоволеність людей роботою, відносини в колективі, відносини із клієнтами й партнерами й, в остаточному підсумку, успіх або невдачу компанії. Формування високої корпоративної культури, яка відповідає зовнішнім та внутрішнім настановам функціонування комерційних компаній, дозволяє створити сприятливу атмосферу в середині колективу, підвищити рівень обслуговування клієнтів і, як наслідок, зміцнити власний імідж, що є особливо важливим в умовах загострення конкуренції на ринку.

Список літератури: 1. *Дубинина М.В.* Корпоративная этика как инструмент социального менеджмента // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 4. 2. *Забелин П.* Основы корпоративного управления концернами. – М.: «Издательство ПРИОР», 1998. – 176 с. 3. *Скуратовский А.* Правовая культура в контексте особенностей развития социального бытия украинского общества и национального характера // Вестник УАДУ при Президенте Украины. – 2002. – № 1. – С. 255-261. 4. *Крымский С.* Национальные архетипы // Малая энциклопедия этнодержавознавства. – М., 1996.

Надійшла до редколегії 05.05.2011.