

УДК 336.71

[https://doi.org/10.33296/2707-0654-16\(32\)-07](https://doi.org/10.33296/2707-0654-16(32)-07)

ПРОХОРОВА ВІКТОРІЯ

доктор економічних наук, професор,
Українська інженерно-педагогічна академія,
м. Харків, Україна
ORCIDiD: <https://orcid.org/0000-0003-2552-2131>

МУШНИКОВА СВІТЛАНА

доктор економічних наук, доцент,
Український державний університет
науки і технологій,
м. Дніпро, Україна
ORCIDiD: <https://orcid.org/0000-0002-3860-522X>

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ДОМІНАНТНА СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Анотація. У дослідженні зазначено, що спрямування економіки країни на відновлення та розвиток в такий складний час повинен орієнтуватися в тому числі й на його інноваційну складову. Узагальнено поняття «корпоративна культура» підприємства, як система загальноприйнятих формальних та неформальних правил, норм, традицій діяльності, підходів до організації роботи, уявлень про комунікаційні форми взаємин, про ставлення до змін навколишнього середовища підприємства.

Розглянуто доцільність формування корпоративної культури підприємств в умовах макроекономічної нестабільності. Зазначили, що основним джерелом походження будь-якої культури, в тому числі й корпоративної культури підприємства, є людська діяльність, сенс якої набуває в тісному зв'язку з суспільством, його звичками, устоями, традиціями. Надана характеристика корпоративній культурі як складовій інноваційного розвитку підприємств, проведена аналогія між стадією життєвого циклу підприємства та типом корпоративної культури. Представлена коротка характеристика найбільш розповсюджених у світовій практиці типів корпоративної культури підприємств.

Зазначено, що центральною складовою корпоративної культури підприємства, що поєднує виробничу та соціальну складові, є комунікаційна. Через властивості процесу комунікації всіх суб'єктів підприємницької діяльності

(працівників, контрагентів, споживачів, конкурентів і т.д.) складається певна лінія поведінки, яка відповідає даній корпоративній культурній традиції;

Було визначено основні переваги, а саме: чіткі орієнтири при прийнятті рішень; сприяє ефективним комунікаціям; сприяє чіткості передачі інформації; знижує витрати на контроль; викликає високу ступінь мотивації та лояльності працівників; сприяє стабільності на підприємстві, та недоліки корпоративної культури підприємств в сучасних економічних умовах.

Ключові слова: корпоративна культура, підприємство, інноваційний розвиток, макроекономічна нестабільність, складові інноваційного розвитку.

Вступ. Необхідність розгляду даної теми обумовлена теперішньою ситуацією в економіці України. Під час воєнної агресії та в майбутньому, у післявоєнний стан, в країні виникає необхідність подолання стану зруйнованої промисловості, аграрного сектора, кризи соціальної сфери та інших складових економіки. Ці умови викликають порушення макроекономічної стабільності, а саме: зростання зовнішніх боргів держави через втрату обсягів ВВП та ВНП; розбалансування обсягів імпорту та експорту через втрату важливих проєктів держави та окремих підприємств, організацій і установ; демографічну кризу через втрату людського працездатного населення внаслідок воєнних дій та виїзд громадян за кордон; втрати купівельної спроможності населення та зниження рівня його життя та багато ін.

Спрямування економіки країни на відновлення та розвиток в такій складний час повинен орієнтуватися в тому числі й на його інноваційну складову. Поєднання існуючого досвіду управління підприємствами в стабільних умовах господарювання із спроможністю адаптуватися в складних мінливих умовах господарювання впроваджуючи як інноваційні методи, технології і заходи управління, так й новітні виробничі техніки, технології спроможне вивести вітчизняні підприємства та економіку в цілому із ситуації, що склалася. Корпоративна культура, яка є невід'ємною частиною економік іноземних країн, відіграє одну з основних складових соціально-економічного розвитку взагалі, та інноваційного розвитку зокрема будь-якого успішного

підприємства, компанії. Формування корпоративної культури завжди пов'язане з рядом інновацій, спрямованих на досягнення бізнес-цілей і тим самим забезпечує адаптивність підприємства на ринку в умовах макроекономічної нестабільності.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Останнім часом досить значне коло науковців займається питаннями, пов'язаними з корпоративною культурою компаній, організацій, підприємств. Особлива увага приділяється вивченню історичного досвіду закордонних науковців та практиків формуванню корпоративної культури, факторам впливу зовнішнього та внутрішнього середовищ компаній в різних політичних, соціальних, економічних умовах функціонування. До них можна віднести: Ілляшенко Н.С.[2], Мозгова О.О.[5], Монастирський Г.Л.[6] та ін.

Зацікавленість викликають дослідження, в яких автори розглядають корпоративну культуру підприємств не тільки з формальної точки зору, характеризуючи її види, функції, складові і т.д., а надають їй кількісну оцінку впливу складових корпоративної культури на ефективність системи управління підприємством та можливості адаптації існуючих закордонних практик формування корпоративної культури у вітчизняній реалії. До них слід віднести роботи авторів: К. Камерон, Р. Куинн [3], Монастирський Г.Л. [6], Ткаченко П. [8] та ін.

Незважаючи на значну кількість досліджень присвячених темі корпоративної культури підприємств, з нашої точки, її роль в інноваційному розвитку підприємств, особливо в складних сучасних політичних, економічних, соціальних умовах, що викликає дисбаланс макроекономічної стабільності, розглянуто недостатньо.

Метою статті є обґрунтування доцільності формування корпоративної культури підприємств як домінантної складової їх інноваційного розвитку в умовах макроекономічної нестабільності.

Виклад основного матеріалу. Адаптація системи управління кожного конкретного підприємства до умов макроекономічної нестабільності та подолання їх впливу на результати діяльності можливо завдяки удосконаленню існуючої або пошуку нових підходів до формування та впровадження в діяльність підприємств сильної корпоративної культури.

Основою формування будь-якої корпоративної культури підприємства, яка може бути як двигуном розвитку, так й напрямом його деградації, є, взагалі, поняття культури. Під культурою розуміють людську діяльність в її найрізноманітніших проявах, включаючи всі форми і способи людського самовираження і самопізнання, накопичення людиною та соціумом в цілому навичок і умінь. Культура постає також проявом характеру, компетентностей, навичок, умінь та знань [4, 7]. Автори дослідження [7] зосереджують увагу на тому, що висловлення терміну культура, можна розділити за трьома напрямками. Одним з актуальних напрямів є узагальнення поняття культури, як сукупності цінностей і норм, які належать великій соціальній групі, спільноті, народу чи нації.

Безперервні, непередбачувані та навіть зміни, які іноді викликають тривогу і занепокоєння, ускладнюють системі управління підприємствами можливість приймати рішення щодо впровадження новітніх технік, технологій та визначати майбутнє й підтримувати непорушним конкретний напрямок розвитку діяльності підприємства. Нажаль, в Україні недостатня частка підприємств стурбована формуванням своєї корпоративної культури, хоча деякі її елементи підприємства використовують, а саме: історія розвитку; імідж; організаційна система управління та ін.

Узагальнюючи думку багатьох науковців та практиків стосовно поняття «корпоративна культура» підприємства, можна зазначити, що це система загальноприйнятих формальних та неформальних правил, норм, традицій

діяльності, підходів до організації роботи, уявлень про комунікаційні форми взаємин, про ставлення до змін навколишнього середовища підприємства.

Формування сильної корпоративної культури є складним процесом, який повинен враховувати значну кількість факторів зовнішньої та внутрішньої дії. Причому не існує універсальних підходів, методів та заходів досягнення успіху. В результаті постійної зміни бізнес-середовища, однією з цілей системи управління підприємством є забезпечення умовами адаптації на інноваційний розвиток підприємства через заохочення працівників, як основне джерело походження корпоративної культури, щодо здійснення адекватних змін.

Один з найбільш важливих аспектів корпоративної культури є орієнтація працівників до змін. Корпоративна культура допомагає виявити потенційні можливості працівників, об'єднати їх, мобілізувати на виконання стратегічних та тактичних цілей підприємства.

Процес формування корпоративної культури підприємства є складним, багатоаспектним процесом. Тому, як будь який складний процес, формування корпоративної культури має свої ієрархічні рівні (рис.1).

Нижчим рівнем ієрархії є рівень особистості. Джерелом походження будь-якої культури, в тому числі й корпоративної культури підприємства, є людська діяльність, її пізнання та творчість. Суспільна поведінка людини не закладена природою, а формується окремим суспільством в залежності від багатьох просторових та часових особливостей, в тому числі особливостей діяльності будь-якого підприємства, через засвоєння необхідної кількості знань, норм та зразків поведінки, які дозволяють йому стати членом цього суспільства. Ці твердження надають змогу відобразити вплив культури особистості на формування корпоративної культури підприємства [7].

Рівень ієрархії окремого підрозділу враховує отримані властивості особистостей нижчого рівня та формуються певні якості працівників найменшого підрозділу задля досягнення цілей тактичного (поточного) характеру.

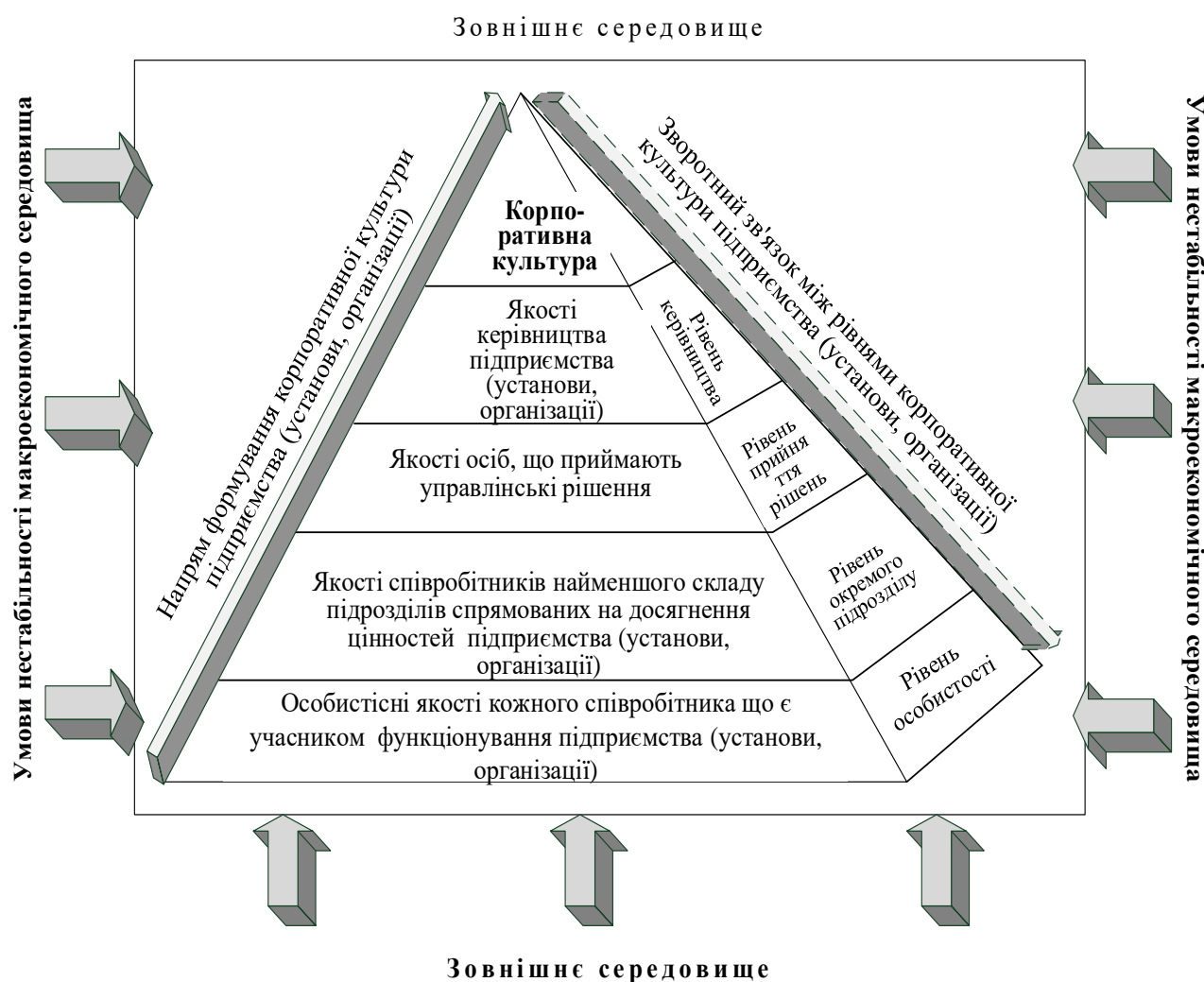


Рис. 1. Рівні ієрархії корпоративної культури підприємства

Як було зауважено, формування корпоративної культури не має універсальних методів та прийомів. Корпоративна культура кожного окремого підприємства, тим більш, орієнтованого на інноваційний розвиток, має свої особливості, які залежать від: виду діяльності підприємства, його технологічних процесів, технічних можливостей, масштабу діяльності, регіону і т.п. Корпоративна культура як складова інноваційного розвитку підприємств представлена на рис. 2.



Рис. 2. Корпоративна культура як складова інноваційного розвитку підприємств

Корпоративна культура підприємства має довготерміновий характер дії та повинна відповідати стратегічним цілям підприємства, а саме: забезпечити самоорганізацію підприємства як складної соціально-економічної системи за допомогою персоналу в умовах макроекономічної нестабільності, – через досягнення поточних (тактичних) цілей: узагальнення базових цінностей; формування іміджу; підвищення рівня компетентностей персоналу; підвищення рівня адаптації персоналу в мінливих умовах макроекономічної нестабільності.

Як міждисциплінарне поняття, корпоративна культура має інтегровану

сутність, на формування якої впливають принципи інноваційного розвитку в поєднанні з засадами саме корпоративної культури. Підприємство, орієнтоване на інноваційний розвиток, повинно функціонувати у відповідності з такими принципами [2]:

- мати здатність до адаптивності, тобто прагнення до підтримки певного балансу зовнішніх і внутрішніх можливостей розвитку, особливо в умовах макроекономічної нестабільності;

- бути динамічним, здатним до приведення у відповідність цілей і спонукальних мотивів (стимулів) діяльності підприємства (включаючи його власників, менеджерів, фахівців, працівників);

- самоорганізації – самостійне забезпечення підтримки умов функціонування, тобто самопідтримання обміну ресурсами (інформаційними, матеріальними, фінансовими) між елементами виробничо-збутової системи підприємства, а також між підприємством і зовнішнім середовищем;

- саморегуляції – коректування системи управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства відповідно до змін умов функціонування;

- саморозвитку – самостійне забезпечення умов тривалого виживання і розвитку підприємства (відповідно до його місії і прийнятої мотивації діяльності).

До засад корпоративної культури належать такі [6]:

- орієнтації на споживача. Врахування цілей, запитів, інтересів споживачів, відображене в елементах культури, сприяє встановленню міцніших та несуперечливих відносин підприємства зі своїми покупцями і клієнтами. Багато сучасних підприємств позиціонують турботу про споживачів як найбільш значиму цінність;

- регулювання партнерських відносин. Корпоративна культура виробляє правила взаємин з партнерами, що передбачає моральну відповідальність перед

ними. У цьому сенсі корпоративна культура розвиває та доповнює норми і правила поведінки, вироблені в рамках ринкової економічної культури;

– пристосування економічної організації до потреб суспільства.

Створюються найбільш сприятливі зовнішні умови для діяльності підприємства. Їх ефект полягає в усуненні бар'єрів, перешкод, нейтралізації дій, пов'язаних з порушенням або ігноруванням підприємством правил суспільної гри. Тобто, вигода підприємства полягає в усуненні економічних збитків [6].

Для змін корпоративної культури потрібно багато часу. Нові цінності і норми неможливо ввести наказами зверху. Вони повинні бути представлені таким чином, щоб працівники їх зрозуміли, побачили в них користь і схвалили їх. Лише шляхом довгої роз'яснювальної роботи можна переконати працівників відійти від своїх старих поглядів і звичок. Тому, слід зазначити значущість стадії життєвого циклу, як одного з основних факторів впливу на формування корпоративної культури.

Якщо розглядати можливість використання західних моделей корпоративної культури підприємств, які пройшли значний шлях практичного застосування, та можливість їх адаптації у вітчизняних реаліях відповідно до стадії життєвого циклу підприємства, слід виділити наступні найбільш розповсюджені з них: модель Харрісона, модель Т. Парсона, модель AGIL, Модель Г. Хофстеда [5].

Модель Г. Харрісона розрізняє чотири типи корпоративної культури: з орієнтацією на роль; орієнтовану на завдання; орієнтовану на людину; з орієнтацією на владу. Для дослідження автором обрано процес розподілу влади, ціннісні орієнтації особистості, відношення індивіда в організації, структуру організації та характер її діяльності на різних етапах життєвого циклу [5]. Так, на стадії зародження переважає культура влади, на стадії зростання – культура ролі, на стадії розвитку – може формуватися культура завдання або культура особистості. На стадії розпаду може бути використаний будь-який з чотирьох

видів культур. Такі моделі корпоративної культури рідко зустрічаються в чистому вигляді, але більшість підприємств ближче всього за своєю культурою до якої-небудь з них [5].

Модель Т. Парсона розроблена на основі специфікації певних функцій, які будь-яка соціальна система, в тому числі підприємство, повинно виконувати, щоб вижити і добитися успіху. Перші букви англійських назв цих функцій в аббревіатурі дали назву моделі – AGIL: adaptation (адаптація), goal-seeking (досягнення цілей), integration (інтеграція) і legiacy (легітимність) [5].

Суть моделі полягає в тому, що:

- по-перше, культура, здатна бути каталізатором змін, саме від цієї функції залежить здатність організації працювати в довгостроковому періоді;
- по-друге, культура повинна бути адекватна поставленим цілям. Корпоративна культура повинна допомагати реалізувати обрану стратегію, досягати поставленої мети;
- по-третє, оскільки адаптація до умов зовнішнього середовища вимагає від групи спільного вирішення завдань, група повинна мати здатність розвивати і підтримувати систему певних внутрішніх взаємин між своїми членами;
- по-четверте, культура повинна розділятися більшістю співробітників, а діяльність організації повинна бути законною і визнаною суспільством.

Модель Г. Хофстеда побудована на порівнянні культури різних країн за наступними чотирма параметрами [4]:

- індивідуалізм / колегіальність (IND);
- зона влади (PDI);
- зниження (усунення) невизначеності (UIA);
- мужність / жіночність (MAS) [5].

До основних елементів корпоративної культури, орієнтованої на інноваційний розвиток підприємства, є:

– виробнича складова, яка характеризує культуру виробництва та реалізації продукції, товарів, послуг, і відповідає на питання: що?, як?, коли?, кому?, враховуючи особливості технічного та технологічного процесів з урахуванням впровадження інновацій в ці процеси;

– соціальна складова, яка допомагає забезпечити додаткову мотивацію працівників та створити сприятливий клімат для роботи і, тим самим, підвищити ефективність виробництва, або створення бар'єрів, які є причиною опору до всього нового, відсутністю контактів і, як наслідок, перешкодою для створення корпоративної стратегії;

– центральною складовою, що поєднує виробничу та соціальну складові, є комунікаційна. Через властивості процесу комунікації всіх суб'єктів підприємницької діяльності (працівників, контрагентів, споживачів, конкурентів і т.д.) складається певна лінія поведінки, яка відповідає даній корпоративній культурній традиції.

Розглядаючи елементи корпоративної культури підприємства можна зазначити, що сильна корпоративна культура підприємства є домінантною складовою інноваційного розвитку, особливо в умовах макроекономічної нестабільності та має такі властивості, як: чіткі орієнтири при прийнятті рішень; сприяє ефективним комунікаціям; сприяє чіткості передачі інформації; знижує витрати на контроль; викликає високу ступінь мотивації та лояльності працівників; сприяє стабільності на підприємстві. Але має свої недоліки, а саме: можлива наявність перешкод до введення новітніх процесів і створення новітніх структур; фіксація, що постійно повертається до традиційних недоречних в поточний час образах мислення і дій.

Висновок. Таким чином, за результатами дослідження дійшли до наступних висновків, а саме:

– поняття «корпоративна культура» підприємства, можна зазначити як систему загальноприйнятих формальних та неформальних правил, норм,

традицій діяльності, підходів до організації роботи, уявлень про комунікаційні форми взаємин, про ставлення до змін навколишнього середовища підприємства;

– розглядаючи доцільність формування корпоративної культури підприємств в умовах макроекономічної нестабільності зазначили, що основним джерелом походження будь-якої культури, в тому числі й корпоративної культури підприємства, є людська діяльність, сенс якої набуває в тісному зв'язку з суспільством, його звичками, устоями, традиціями;

– надана характеристика корпоративній культурі як складовій інноваційного розвитку підприємств, проведена аналогія між стадією життєвого циклу підприємства та обранням типу корпоративної культури;

– зазначено, що центральною складовою корпоративної культури, що поєднує виробничу та соціальну складові, є комунікаційна. Через властивості процесу комунікації всіх суб'єктів підприємницької діяльності (працівників, контрагентів, споживачів, конкурентів і т.д.) складається певна лінія поведінки, яка відповідає даній корпоративній культурній традиції;

– було визначено основні переваги та недоліки формування корпоративної культури підприємств в сучасних економічних умовах.

Використана література:

1. Deal, T.E. and Kennedy, A.A. (1982) Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life. Addison Wesley Publishing Company, Reading, 126.

2. Ілляшенко Н.С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств: монографія. Суми : «Вид-во СумДУ», 2011. 192 с.

3. К. Камерон, Р. Куинн. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. – СПб: Питер, 2001. – 320 с.: ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента»).

4. Культура / Вікіпедія. Цитовано: інтернет-ресурс. Режим доступу:<http://ru.wikipedia.org/wiki/>.

5. Мозгова О.О. Сучасні моделі корпоративної культури / О. О. Мозгова // Економічні науки [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://www.rusnauka.com/23_WP_2011/Economics/10_91230.doc.htm

6. Монастирський Г.Л. Теорія організації: Навч. посібник / Г.Л. Монастирський. – К.: Знання, 2008. – 319 с.

7. Прохорова В.В. Культура безпеки розвитку – культура комунікаціонування як основа інтелектуалізації управлінського процесу / В.В. Прохорова, С.А. Мушнікова // *Проблеми економіки*. № 4 (42), 2019. С.142-148.

8. Ткаченко, П. (2021). Принципи ведення інноваційної діяльності на підприємствах. *Економіка та суспільство*, (29). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-45>

References

1. Deal, T.E. and Kennedy, A.A. (1982) *Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life*. Addison Wesley Publishing Company, Reading, 126.

2. Ilyashenko N.S. *Organizacijno-ekonomichni zasady` innovacijnogo markety`ngu promy`slovy`x pidpry`yemstv: monografiya*. Sumy` : «Vy`d-vo Sum DU», 2011. 192 с.

3. K. Kameron, R. Kuinn. *Diagnostika i izmenenie organizatsionnoy kulturyi / Per. s angl. podred. I. V. Andreevoy*. – SPb: Piter, 2001. – 320 s.: il. – (Seriya «Teoriya i praktika menedzhmenta»).

4. *Kultura* / VikiпedIya. Tsitovano: Internet-resurs. Rezhim dostupu: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>.

5. Mозgova O.O. Suchasni modeli korporativnoyi kulturi / O. O. Mозgova // *Ekonomichni nauki [Elektronniy resurs]*. – Rezhim dostupu : http://www.rusnauka.com/23_WP_2011/Economics/10_91230.doc.htm.

6. Monastirskiy G.L. *Teoriya rganizatsiyi: Navch. posibnik* / G.L. Monastirskiy. – K.: Znannya, 2008. – 319 s.

7. Prokhorova V.V. *Kultura bezpeki rozvitku – kultura komunikatsiyuvannya yak osnova intelektualizatsiyi upravlinskogo protsesu* / V.V. Prohorova, S.A. Mushnikova // *Problemi ekonomiki*. № 4 (42), 2019 - S.142-148.

8. Tkachenko, P. (2021). Printsipi vedennya innovatsiynoyi diyalnosti na pidpriemstvah. *Ekonomika ta suspilstvo*, (29). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-45>.

Viktoriia V. Prokhorova

Doctor of Economics, Professor,

Ukrainian Engineering and Pedagogics Academy, Kharkiv, Ukraine

Svitlana A. Mushnykova,
Doctor of Economics, Associate Professor,
Ukrainian State University of Science and Technologies, Dnepr, Ukraine

CORPORATE CULTURE AS A DOMINANT COMPONENT OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF MACROECONOMIC INSTABILITY

Abstract. The study states that the direction of the country's economy towards recovery and development in such a difficult time should focus on its innovative component as well. The concept of "corporate culture" of an enterprise is summarized as a system of generally accepted formal and informal rules, norms, traditions of activity, approaches to the organization of work, ideas about communication forms of relationships, about attitudes to changes in the enterprise's environment.

The expediency of forming the corporate culture of enterprises in conditions of macroeconomic instability is considered. It was noted that the main source of the origin of any culture, including the corporate culture of an enterprise, is human activity, the meaning of which is acquired in close connection with society, its habits, foundations, and traditions. The characteristics of corporate culture as a component of the innovative development of enterprises are given, an analogy is made between the stage of the enterprise's life cycle and the type of corporate culture. A brief description of the types of corporate culture of enterprises most widespread in global practice is presented.

It is noted that the central component of the enterprise's corporate culture, which combines the production and social components, is communication. Due to the properties of the communication process of all subjects of entrepreneurial activity (employees, contractors, consumers, competitors, etc.), a certain line of behavior is formed that corresponds to the given corporate cultural tradition;

The main advantages were identified, namely: clear guidelines for decision-making; promotes effective communications; contributes to the clarity of information transmission; reduces control costs; causes a high degree of employee motivation and loyalty; contributes to the stability of the enterprise, and the shortcomings of the corporate culture of enterprises in modern economic conditions.

Keywords: corporate culture, enterprise, innovative development, macroeconomic instability, components of innovative development.