

Бурачек И.В., Ярмолук Д.И.

ХАРАКТЕРИСТИКА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ФОРМИРОВАНИЯ В УКРАИНЕ

Введение. Стремительное развитие современных мировых экономических процессов непосредственно влияет на состояние отечественного рынка. Глобализация рыночных отношений открывает пути отечественным предприятиям к новым рынкам сбыта и возможностям развития. Но учитывая тот факт, что на сегодняшний день на мировом рынке конкурентная борьба не ограничивается только качеством и ценой произведенной продукции, но и требует мастерства ее продажи, – руководители предприятий должны обратить особое внимание на мотивацию персонала, определение четких целей работы и поддержания соответствующего климата и настроения внутри собственного коллектива. Это можно реализовать с помощью внедрения корпоративной культуры на предприятии.

Корпоративную культуру, как экономическое понятие и важный фактор управления персоналом, в научных трудах рассматривали такие отечественные и зарубежные ученые и ученые, как Р. Бала, Б. Гаевский, А. Гришнова, Ю. Давыдов, Т. Костина, М. Коул, Ю. Красовский, И. Мажура, Т. Мостенская, А. Панькова, И. Петрова, С. Рей, Н. Решетило и др.

Цель научного поиска заключается в исследовании основных теоретических основ корпоративной культуры, основных принципов и проблем ее формирования в Украине.

Основные характеристики корпоративной культуры. Концепция корпоративной культуры начала формироваться в начале 80-х годов XX века в США под влиянием трех научных направлений: стратегического менеджмента, теории организации и организационного поведения. Широкий смысл категории предусматривает системное восприятие культуры в единстве материального и духовного, сложное взаимодействие и взаимовлияние всех сознательных и подсознательных элементов. Узкое значение – это только духовная часть культуры, правила поведения, нормы, традиции, корпоративные мифы, которые являются регуляторами поведения личности.

Значение корпоративной культуры в системе управления предприятием определяют [5]:

- общечеловеческие ценности, сочетание интересов персонала (сотрудничество, новаторство, доверие и т. д.) с корпоративными интересами (обеспечение эффективности, повышение конкурентоспособности, завоевание рыночной ниши и т. д.);
- реальные рыночные требования к управлению предприятием (приоритет удовлетворения потребностей потребителя, уменьшение себестоимости, качество работы и др.) и требования к персоналу (компетентность, преданность предприятию, постоянное развитие, причастность к общему делу предприятия и др.).

Корпоративная культура относится к иерархическим понятиям, что позволяет рассматривать определенные уровни ее построения, поэтому в концептуальной модели корпоративной культуры отражена ее структура как отдельный элемент.

Иерархия корпоративной культуры – это соответствующие уровни, степени, на основе которых последовательно формируется культура. Если структуру корпоративной культуры рассматривать масштабно, то она относится к одному из уровней мировой культуры человечества, рядом с культурами наций, религий, идеологий и тому подобным.

Если рассматривать, собственно, структуру корпоративной культуры, то известные ученые, в частности, Е. Шейн выделяет три уровня организационной культуры (рис. 1) [18]: 1) поверхност-

ный (артефакты); 2) подповерхностный (аксиологический); 3) глубинный.

В системе менеджмента, и в практической деятельности, обычно изучаются и практикуются поверхностный (видимый) и подповерхностный (аксиологический) уровни. Поверхностный уровень дает представление об организации и позволяет получить первые впечатления от среды, в которую попадает человек. Подповерхностный уровень знакомит нас с философией организации, которую изучают постепенно.

Корпоративную культуру можно рассматривать и с точки зрения другого структурного построения, аналогично общепринятой иерархии организации. Тогда первый уровень корпоративной культуры будет обусловлен тем, что она формируется, прежде всего, в сознании человека, индивида.

Анализируя наиболее значимые факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры на предприятии, можно определить критерии, соответствие которым будет свидетельствовать о сильной корпоративной культуре [5]:

- совместность интересов – большинство сотрудников и менеджеров разделяют общие ценности и методы ведения бизнеса. Признаками этого является отсутствие серьезных конфликтов, единство взглядов на перспективы, пути и методы решения проблем, эффективное согласование действий и тому подобное. Чтобы достичь такого результата, нужно вести постоянную работу с персоналом, проводить мониторинг социально-психологического климата, качества трудовой жизни, условий труда, мотивации и др.;
- адекватность выбранной стратегии – стратегические цели компании не противоречат корпоративной культуре. При этом менеджеры и рядовые сотрудники компании в производственной и в бытовой жизни придерживаются тех же правил и ценностей, которые составляют сердцевину корпоративной миссии. Например, это может проявляться в четком соблюдении принципов социальной ответственности по отношению к потребителю, сохранению окружающей среды (скромности в потреблении, экономном расходовании всех ресурсов) и др.;
- адаптивность культуры – способность быть катализатором изменений. От этой характеристики зависит восприимчивость организации к изменениям внешней среды и способность эффективно работать в долгосрочной перспективе. Ценности, характеризующие прочность культуры, – это доверие, готовность к упорной работе, к риску, креативность, инновационность и т. д.

Исследования корпоративной культуры в Западной Европе отмечают определенное внимание к духовным элементам и понятиям, используемым для определения явлений, идей, средств познания, символов и их значений, ценностей, правил и норм, моделей поведения и тому подобное. Такие исследования проводили, в частности, М. Елвесон, Р. Килман, Р. Рюттингер, Д. Ньюстром, К. Дэвис, Л. Джоэл и др. Более детальное исследование и анализ значения, понятие и содержание корпоративной культуры провела представительница отечественной научной школы Т.В. Костина [10]. По результатам научных исследований отечественных и зарубежных авторов она выделяет соответствующие системообразующие факторы, такие как: целостность организации; коллективное программирование мысли; ценности людей; положения и ценности, задающие ориентиры в поведении и действии

Бурачек Игорь Владимирович, к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента и администрирования Житомирского государственного технологического университета, e-mail: Igor_Burachek@ukr.net.

Ярмолук Дина Ивановна, ассистент кафедры менеджмента и администрирования Житомирского государственного технологического университета, e-mail: Dina.Yarmoluk@mail.ru.

Украина, г. Житомир, Чуднівська улица, 103.



Рисунок 1 – Общая структура корпоративной культуры

людей; материальные и духовные ценности; ценности и убеждения всех работников фирмы; явления духовной и материальной жизни коллектива; приемы и правила обеспечения внешней адаптации и внутренней интеграции работника и др.

Итак, категория «корпоративная культура» трансформировалась в течение многих лет и вобрала в себя совокупность понятий, норм, ценностей и убеждений, соблюдение и использование которых является условием успеха существования любой компании.

В большинстве случаев среди всего многообразия существующих факторов влияния на организационную культуру выделяют: отношение к личности (индивидуализм – коллективизм); отношение к природе (гармония – игнорирование); отношение ко времени (ограниченность времени – неисчерпаемость времени); отношение к действию (результат – процесс); отношение к формализации (формальная – неформальная) отношение к языку (барьеры – общение) [8, С. 344]. В условиях отечественной экономики, которая трансформируется, основные положения занимают такие типы культур, как «культура власти» и «культура задачи» [6].

Корпоративная культура – это система хорошо сформированных руководящих убеждений, принципов и поведения, которая дает людям ориентиры в их действиях, регламентирует деятельность личности, способствует достижению целей предприятия. Она охватывает субъективные (внешние и внутренние) и объективные атрибуты (табл. 1) [1, 2].

Таблица 1 – Внешние и внутренние атрибуты корпоративной культуры

Внешние атрибуты	Внутренние атрибуты
Фирменный стиль	Осознание персоналом прочности финансового состояния фирмы и четкое видение направлений и путей развития
Символы	Наличие механизма стимулирования и профессионального совершенствования сотрудников
Слоганы	Внедрение вознаграждений за высокое качество работы
Ритуалы	Развитая система социальной защиты сотрудников
Корпоративные вечеринки	Гибкие формы индивидуальной, командной и коллективной работы

Субъективные внешние атрибуты корпоративной культуры охватывают такие артефакты: манера одеваться, интерьер, символы, девизы, праздники, мифы, герои. Они отражают элементы культуры, которые имеют внешнее видимое изображение: одежда – это вид символов, связанных со статусом, принадлежностью, успехом, а также фактор имиджа, репутации предприятия или профессии; интерьер – это художественно организованная среда жизнедеятельности человека; символы – это объект, действие или событие, которые имеют значение для других и отражают наиболее важные ценности предприятия; девизы (слоганы) – это фраза, которая кратко выражает ключевые ценности предприятия; мифы, легенды – это яркие, метафорические истории, анекдоты, которые постоянно циркулируют на предприятии и передаются одним поколением руководителей и сотрудников другому; герои – это «отцы-основатели» предприятия, выдающиеся лидеры-руководители, которые хранятся в памяти служащих в образах и легендах.

Субъективные внутренние атрибуты корпоративной культуры охватывают ценности и нормы, которые определяют и регламентируют поведение сотрудников на предприятии. Они тесно связаны с визуальными образцами (слоганами, ритуалами, стилем деловой одежды), определяют личность человека, мотивируют ее деятельность, в частности обуславливают трудовое поведение. Нормы – это совокупность формальных и неформальных требований, которые устанавливает предприятие к своим работникам.

Субъективные внутренние атрибуты корпоративной культуры на уровне работников предприятия охватывают базовые предположения и глубокие убеждения, которые формируют поведение людей, помогают им принимать атрибуты, характеризующие корпоративную культуру предприятия.

К объективным атрибутам корпоративной культуры относятся следующие составляющие: имидж предприятия (в глазах потребителей, работников и деловых партнеров) и бренд-менеджмент предприятия.

Выделяют следующие источники формирования корпоративной культуры [17]:

- система личных ценностей и индивидуально-своеобразных способов их реализации;
- способы, формы и структура организации;

- представление об оптимальной и допустимой модели поведения сотрудника в коллективе, отражающей систему внутри-групповых ценностей, которые сложились.

Принципы корпоративной культуры – это базовые исходные положения, которые обеспечивают ее формирование и развитие. Соблюдение предприятием принципов корпоративной культуры влияет на дальнейшее ее состояние, на производительность труда работников и на развитие предприятия в целом.

Любое предприятие в состоянии самостоятельно разработать принципы корпоративной культуры, однако их целесообразно разграничить на общие и специальные.

Так, современные ученые выделяют следующие общие принципы корпоративной культуры [1]:

- принцип социально-экономического и интеллектуального развития. Корпоративная культура должна ориентироваться на обеспечение экономического благосостояния, социального и интеллектуального развития всех работников;
- принцип всеохватности и системности предполагает формирование и развитие корпоративной культуры с позиции охвата ею всех работников, явлений, элементов и процессов, обеспечивающих деятельность предприятия;
- принцип размерности и полезности. Корпоративная культура должна выполнять функцию полезности, как для людей, так и для предприятия;
- принцип открытости и постоянного совершенствования предполагает ориентацию корпоративной культуры на совершенствование и стабильное развитие. Корпоративная культура должна быть открытой, постоянно совершенствоваться, стремиться к новым достижениям;
- принцип координации состоит в том, что корпоративная культура в первую очередь должна обеспечивать порядок в работе предприятия и координировать поведение людей на предприятии и за его пределами;
- принцип обязательности. Руководство компании имеет право осуществлять контроль над соблюдением норм и правил корпоративной культуры;
- принцип вознаграждения. Корпоративная культура должна обеспечить одинаковое и справедливое вознаграждение работникам, которые придерживаются ее норм;
- принцип соответствия действующему законодательству. Предприятие самостоятельно определяет нормы и правила корпоративной культуры, систему вознаграждений за их соблюдение, механизм осуществления контроля их соблюдения, модели развития корпоративной культуры, однако в соответствии с требованиями законодательства, такие действия можно осуществлять только на основании действующих законодательных и нормативно-правовых актов и не противоречить им.

Что касается, специальных принципов корпоративной культуры, то ученые разделяют их на [1]:

- принцип свободного проявления. Корпоративная культура должна быть ненавязчивой и формироваться в зависимости от вида деятельности, которой занимается предприятие;
- принцип согласованности и соответствия целей. Каждое предприятие разрабатывает свою миссию, стратегию, цели. Корпоративная культура должна соответствовать этим целям и обеспечивать их достижение;
- принцип четкости показывает осознание менеджментом значение корпоративной культуры. Менеджеры должны уметь четко сформулировать основные требования к корпоративной культуре, то есть чего они хотят достичь с помощью ее использования;
- принцип личностно-ориентированного менеджмента. Корпоративная культура должна быть сосредоточена на личностно-ориентированном менеджменте;
- принцип отношений «руководство – работник». В основе корпоративной культуры должны быть: честность, порядочность, воспитанность, справедливость, уважение, признание власти с одной стороны, и признание ценности и индивидуальности каждого работника с другой, в становлении отношений;

- принцип эталона. Корпоративная культура должна быть эталоном эффективной деятельности.

На основе использования принципов стратегии организации в исследовании корпоративной культуры необходимо определить основные функции, которые она должна выполнять:

- структурно-генерирующую, которая заключается в формировании необходимого потенциала корпоративных отношений по сферам деятельности;
- исследовательскую – предусматривает использование анализа и прогнозирования инструментов влияния на организацию;
- информационно-коммуникативную – заключается в использовании положительного опыта, полученного в прошлом, который будет способствовать обеспечению качественного стратегического менеджмента организации;
- ценностно-ориентационную – предусматривает возможность разработки системы ценностных ориентаций деятельности организации;
- контрольно-регулятивную – заключается в разработке норм поведения менеджеров и осуществление на этой основе контроля за деятельностью участников корпоративных отношений.

Проблемы формирования корпоративной культуры. Современная практика управления, а также исследования отечественных специалистов [13, 11, 12] указывают на то, что сегодня предприятия страны не уделяют должного внимания развитию корпоративной культуры – в большинстве случаев процесс формирования корпоративной культуры не получил необходимого развития. В определенной степени потому, что корпоративная культура – это инновационное направление современного управления предприятием и персоналом, а большинством предприятий руководят «старые» кадры. Корпоративная культура позволяет эффективно управлять и предприятием и персоналом, направлена на совершенствование моделей поведения работников и управленцев на основе этических норм, правил поведения, ценностей; способствует сохранению и развитию трудового потенциала предприятия, достижению его высокой экономической эффективности и конкурентоспособности.

Проблема внедрения корпоративной культуры связана с необходимостью проведения социологических исследований, которые бы раскрывали базовые ее составляющие: социальные ценности управленцев и персонала, мотивационные факторы труда, характер их поведения в трудовом процессе, рычаги повышения конкурентоспособности и тому подобное. Специфика проведения таких исследований связана с необходимостью проведения опроса как самих работников, так и руководителей среднего и высшего звена. В этом должен быть заинтересован управленческий состав, который должен стремиться к формированию рыночного экономического мышления у работников всех уровней, двигаться к реализации таких ценностей, как индивидуальная ответственность, дисциплина, инициативность, мобильность.

Исследования отечественных экономистов и социологов практически не ориентированы на выявление специфики управления современными, особенно промышленными предприятиями, на характер отношений между персоналом и менеджерами среднего и высшего звена. Изучение данной специфики раскрывало бы наиболее распространенные типы корпоративных культур отечественных предприятий с целью эффективного управления персоналом предприятий, оптимального управления отраслью, территории, определенных секторов экономики. Одиночные экспертные исследования на территории Украины по проблемам развития корпоративной культуры на промышленных предприятиях проводились учеными-экономистами Института экономики промышленности НАН Украины [7], Кировоградского национального технического университета [16].

Как показывают исследования, для большинства предприятий Украины присущи примеры неразвитой корпоративной культуры или ориентация корпоративной культуры исключительно на выполнение производственных задач [4, С. 27–29]. В лучшем случае, на промышленных предприятиях преобладает промежуточный тип корпоративной культуры, которая объединяет сильную ориентацию на экономическую эффективность командно-административными методами и слабую ориентацию на социально-

ное развитие персонала, личности, что деформирует трудовые ценности и демотирует к эффективному труду. Экспертные оценки выявили значительную неготовность высших звеньев управления предприятиями к новым, нетрадиционным формам работы (по сравнению с советскими традициями). Основным рычагом поддержки негативной корпоративной культуры на большинстве предприятий выступают неблагоприятные организационно-экономические факторы – несовершенство системы оплаты труда, несправедливая оценка труда, несоответствие между затратами на труд и уровнем заработной платы, несовершенство организации труда и производства, недостаточный учет в оплате тяжести, интенсивности и безопасности труда. Эксперты также отметили низкий профессиональный уровень работников, что в свою очередь тормозит развитие производства, а также на необходимость улучшения кадрового состава руководства высших звеньев управления. От его качественного состава зависит готовность к внедрению новых передовых форм работы.

Проявлениями неразвитой корпоративной культуры на предприятиях выступают задолженность в выплатах заработной платы, высокий уровень конфликтной напряженности, незаинтересованность персонала в росте производительности труда, низкий уровень охраны и безопасности труда. Коллективные договоры между администрацией и профсоюзом часто заключаются формально, отчеты об их выполнении в дальнейшем не рассматривают, отношения между руководством и коллективом неконструктивные, имеются значительные расхождения между провозглашенными целями и их фактической реализацией, сотрудники не ощущают эффекта экономического роста предприятия на собственных доходах, в связи с этим не стремятся к трудовой активности и, соответственно, негативно относятся к любым нововведениям. На таких предприятиях развит отрицательный тип корпоративной культуры, который не только не способствует сохранению и развитию трудового потенциала, но и разрушает качественные характеристики трудового потенциала – мотивацию к эффективному труду, профессиональному развитию, трудовой и инновационной активности. Положительное влияние корпоративной культуры на развитие трудового потенциала тормозят не только кризисные условия деятельности многих предприятий, но и экономические трудности. По результатам исследований А. Семикиной [15], таким существенным тормозом выступают особенности национального характера – необязательность, неуважение к закону, правилам дисциплины, социальная зависть, социальная пассивность, излишняя эмоциональность, отсутствие привычки к ритмичной интенсивной работе, иррациональность. В то же время, стоит отметить, что усвоению нормативных ценностей корпоративной культуры может способствовать совокупность таких положительных черт украинского национального характера, как ориентация на индивидуальное благосостояние, трудолюбие, свободолобие, природный демократизм, стремление к взаимопомощи, эффективное сотрудничество и др.

Кроме этого, на сегодняшний день организационная культура не получила нормативного отражения в законодательстве и базируется на общем культурном уровне общества, нормах морали, деловой практики и т. д., состояние которых обусловлено уровнем экономического развития страны и финансового рынка в частности [10].

В мировой практике значительная роль в развитии корпоративного управления принадлежит документу, получившему название Кодекса корпоративного поведения или Кодекса лучшей практики (Code of Best Practices). Во многих странах мира Великобритании, Германии, США, Франции, Бразилии, Малайзии, Мексике существуют национальные стандарты, разработанные на общепринятых принципах, таких как Принципы ОЭСР. Кодекс корпоративного поведения – это общепринятые стандарты поведения, которые представляют собой правила в виде общих принципов и рекомендаций по реализации корпоративных отношений. Как правило, основное внимание в таких кодексах уделяется регулированию порядка осуществления акционерами права голоса, формированию и деятельности совета директоров, раскрытию информации и прозрачности деятельности компании, а также другим механизмам обеспечения и защиты инвесторов. Кодекс

корпоративного поведения создает условия для наилучшей практики корпоративного управления, не усложняя при этом структуру и процесс управления компанией. Также он дает акционерам и потенциальным инвесторам возможность объективно оценить уровень корпоративного управления компании с точки зрения выполнения общепринятых стандартов и норм. Отдельные компании разрабатывают собственные кодексы корпоративного поведения с учетом специфических особенностей и задач компании. Наличие такого кодекса – свидетельство высокой корпоративной культуры, которое дает возможность всем заинтересованным лицам объективно оценить компанию [9, С. 100–101].

Также ученые отмечают важное влияние на формирование корпоративной культуры в Украине нормы нравственной жизни общества и особенности менталитета, которые не всегда вписываются в нормы корпоративной культуры. Кроме того, негативно влияют на формирование корпоративной культуры такие черты характера украинцев, как комплекс «неполноценности», концентрированность на внутренних переживаниях в сочетании с замкнутостью и недоверием, настороженным отношением человека к окружению. Также инертность, не активность в общественных делах, смесь индивидуализма и эгоизма. Эти и другие особенности украинского менталитета, в основном, сложились исторически.

К сожалению, в украинских научных и деловых кругах единого мнения о корпоративной культуре и ее значении пока еще нет. Также нельзя назвать полномасштабных отечественных исследований, посвященных ее влиянию на жизнедеятельность предприятий. Украина – достаточно молодое государство, соответственно, описывая эти процессы, можно опираться только на определенные выборочные исследования [14].

В настоящее время в Украине корпоративная культура – это совокупность правил, обычаев и положений, которые являются важным инструментом корпоративного управления. Ее формирование в нашем государстве нельзя назвать устойчивым закономерным процессом. Ведь серьезное влияние оказало то, что она начала формироваться в период переходной экономики и становления корпоративного законодательства. Следствием чего стал отказ от централизованного контроля государства за его соблюдением, а новые органы контроля созданы не были. Также важным фактором является непонимание необходимости использования и соблюдения корпоративных норм отечественными предпринимателями. Особенно это чувствовалось на начальных этапах корпоративной деятельности Украины.

Поэтому, последовательность действий для внедрения корпоративной культуры на предприятии должна предусматривать [12]: включение в содержание коллективных договоров раздела по развитию и внедрению корпоративной культуры на предприятии; проведение социологического опроса руководителей и работающих с целью определения основных целей, принципов, ценностей, норм и правил, которые определяют состояние сознания трудящихся и руководства, характер отношений, учитывающих специфику кадрового состава; введение в практику управления трудовой и производственной сфер, принципов корпоративной культуры; обеспечение развития социально-трудовых отношений, становление и развитие организационных ценностей; внедрение и развитие корпоративной культуры персонала предприятия; содействие в реализации ее принципов и ценностей руководителями и работниками; обеспечение реализации трудовых и социальных прав, гарантий; повышение уровня социальной защищенности работников; предоставление правовой помощи работникам (консультации юристов) в защите интересов работников; обеспечение «прозрачности» в системе социально-трудовых отношений на предприятии; регулирование оплаты труда (последовательное увеличение реальных доходов работников в соответствии с производительностью труда); создание условий для развития производственной демократии через распространение участия работников в управлении производством, в распределении доходов, разработке и реализации управленческих решений; активизация роли и деятельности профсоюзов в регулировании социально-трудовых отношений на предприятии, во внедрении и соблюдении норм дисциплины труда, востребования ответственности,

норм культуры производства, безопасности и охраны труда; преодоление значительной отчужденности и снижение конфликтной напряженности между руководством и его работниками (профсоюзам) через партнерские отношения, достижения общей договоренности по вопросам достойной оплаты труда, условий безопасности и охраны труда, дисциплинированности, социально-бытового обслуживания и т. д.; укрепления дисциплины труда; обеспечение развития персонала, предприятия в целом.

Заключение. Итак, оценивая результаты исследования, можно сделать вывод, что механизм внедрения корпоративной культуры на отечественных предприятиях не достаточно совершенен. Самой большой проблемой в его воплощении является недостаточное осознание украинскими предпринимателями важности существования и соблюдения корпоративной культуры организации. Ее внедрение на отечественных предприятиях позволит усовершенствовать сферу корпоративного управления, предотвратить возникновение конфликтов. Важным аспектом решения этой проблемы должен стать анализ мирового опыта и совершенствование нормативной базы регулирования корпоративного управления.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бала, Р.Д. Принципы корпоративной культуры предприятий: сущность та види / О.І. Бала, Р.Д. Бала, О.В. Муқан // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – 2010. – № 682. – С. 11–15.
2. Бриндіна, О.А. Стратегічне управління корпоративною культурою: визначення поняття / О.А. Бриндіна, Н.А. Бабаєва // Матер. III Міжнар. наук.-практ. конф., 2007 р., м. Полтава. – Полтава, 2007. – Т. 9. – С. 77–81.
3. Бриндіна, О.А. Суб'єктивні атрибути корпоративної культури підприємства / О.А. Бриндіна, Н.А. Сутула // Науковий простір та Європа: IV Міжнар. наук.-практ. конф., т. 7. 2008 р., м. Софія. – Софія, 2008. – С. 43–47.
4. Грішнова, О.А. Корпоративна культура та стратегія підприємства: взаємозв'язок та взаємообумовленість / О.А. Грішнова, О.М. Голяка // Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. – К.: КНЕУ, 2007. – Т. 2. – Ч. 1. – С. 176–186.
5. Грішнова, О.А. Корпоративна культура як ресурсне забезпечення стратегічної стійкості підприємства / О.А. Грішнова, А.В. Науменко // Економіка і управління. – 2010. – № 2. – С. 33–38.
6. Дяченко, Т.О. Вплив типів мотивації співробітників компанії при впровадженні корпоративної культури / Т.О. Дяченко, Т.В. Сівашенко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 11 (78). – С. 37–41.

7. Залознова, Ю.С. Управління персоналом вугільної шахти: Оцінка стану та стратегії розвитку: монографія / НАН України. Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2008. – 380 с.
8. Здохайло, Д.В. Корпоративне управління. Навчальний посібник / Д.В. Здохайло, О.Р. Кібенко, Г.В. Назарова – Х.: Еспада, 2003. – 688 с.
9. Мостенська, Т.Л. Корпоративне управління: підручник / Т.Л. Мостенська, В.О. Новак, М.Г. Луцький, Ю.Г. Симоненко – К.: Каравелла, 2000. – 632 с.
10. Костіна, Т.В. Корпоративна культура: її сутність і формування в Україні / Т.В. Костіна // Вісник ДонДУЕТ. – 2008. – №3. – С. 77–84.
11. Кремнева, Н.Ю. Корпоративна культура промислових підприємств: формування нових цінностей новим наємним менеджментом. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.warwick.ac.uk/fac/soc/complabstuds/russia/manstruct/pubs/newvalues.doc>.
12. Панькова, О.В. Корпоративна культура як інструмент ефективної адаптації промислового підприємства: методологічні підходи / О.В. Панькова // Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: зб. наук. пр. ДонДУУ. Т.ХІ. Вип 146. Серія «Соціологія». – Донецьк: ДонДУУ, 2010. – С. 283–288.
13. Решетило, Н.С. Культурно-ментальні та психологічні фактори формування корпоративної культури підприємств / Н.С. Решетило // Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. Вып. 103-4. – 2006. – С. 101–107.
14. Савчук, Л. Розвиток корпоративної культури в Україні / Л. Савчук // Персонал. – 2005. – № 5. – С. 87–89.
15. Семикіна, О. Корпоративна культура та її роль у розвитку трудового потенціалу підприємства / О. Семикіна // Освіта і управління. – 2010. – №15. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Rarpsu/2010_15/Semikina
16. Трудовий потенціал Кіровоградської області: стан та перспективи розвитку: колективна монографія. – Кіровоград: ВАТ «Кіровоградське видавництво», 2008. – 304 с.
17. 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.
18. Шейн, Э.Х. Организационная культура и лидерство. Построение, эволюция, совершенствование / Э.Х. Шейн; пер. с англ. под ред. В.А. Сливака. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.

Материал поступил в редакцию 13.01.2017

BURACHEK I.V., YARMOLYK D.I. The features of corporative culture of enterprises and the problems of its formation in Ukraine

The content and structure of corporate culture are disclosed. The attributes of corporate culture are considered. General and specific principles of corporate culture are allocated. The main problems of formation and development of domestic enterprises are determined.

УДК 629

Зазерская В.В.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ЗАТРАТ

Введение. Как известно, для раскрытия экономических, финансовых, технико-технологических возможностей производства необходима соответствующая информационная система. Информация о внутрипроизводственных отношениях, используемых ресурсах наиболее полно представлена в системе управленческого учета. Недооценка роли управленческого учета в текущей деятельности приводит к увеличению затрат из-за нерационального использования информационно-организационных и материаль-

ных ресурсов предприятия. А снижение конкурентоспособности вызвано непродуманной постановкой управленческого учета, чаще всего содержащаяся в нем информация не удовлетворяет стратегическим целям управления предприятием.

В связи с чем возникает объективная необходимость исследовать стратегический управленческий учёт с нескольких позиций, а именно: чем является «стратегический управленческий учёт» в совокупности понятий «стратегия», «управление» и «учёт». Управ-

Зазерская Виктория Васильевна, к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.