

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СУТНОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

***Анотація.** У статті розглянуто теоретичні засади формування корпоративної культури підприємницької діяльності як важливого чинника ефективного управління та розвитку підприємства. Визначено сутність корпоративної культури через систему цінностей, норм поведінки та моделей взаємодії працівників. Обґрунтовано її вплив на конкурентоспроможність, інноваційний розвиток і адаптацію підприємства до змін зовнішнього середовища.*

***Ключові слова.** корпоративна культура; підприємницька діяльність; організаційна культура; управління підприємством; корпоративні цінності; розвиток підприємства.*

THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE ESSENCE OF FORMING CORPORATE CULTURE IN ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

***Abstract.** The article examines the theoretical foundations of the formation of corporate culture in entrepreneurial activity as an important factor of effective management and enterprise development. The essence of corporate culture is defined through a system of values, behavioral norms, and interaction models of employees. Its influence on competitiveness, innovative development, and enterprise adaptation to environmental changes is substantiated.*

***Keywords.** corporate culture; entrepreneurial activity; organizational culture; enterprise management; corporate values; enterprise development.*

Розвиток корпоративної культури для підприємницької діяльності в сучасних економічних умовах вважається одним із ключових факторів, що забезпечують ефективність, конкурентоспроможність та довгострокову стабільність підприємства. Поглиблення процесів глобалізації, цифрової трансформації бізнесу та посилення ролі людського капіталу змушують переосмислити традиційні управлінські підходи, де корпоративна культура перестає бути лише допоміжним елементом організації та стає стратегічним ресурсом для підприємницької діяльності. В академічній літературі корпоративна культура розглядається як складне соціально-економічне явище, що інтегрує систему цінностей, поведінкових норм, переконань та моделей взаємодії, що поділяються співробітниками організації, що визначають характеристики прийняття управлінських рішень, стиль спілкування та характер організаційної поведінки.

На теоретичні основи дослідження корпоративної культури вплинули міждисциплінарні підходи, зокрема соціологія, психологія, економіка та менеджмент. Одним із найпоширеніших визначень є те, що організаційна культура – це система фундаментальних припущень та переконань, сформованих завдяки спільним діям членів організації та прийнятих як відповідний спосіб сприйняття та реагування на внутрішні та зовнішні виклики [1]. Такий підхід дозволяє розглядати організаційну культуру не просто як набір формальних правил чи символічних атрибутів, а як глибокий механізм регулювання поведінки співробітників, що діє переважно на несвідомому рівні. Таким чином, культура визначає, як компанія адаптується до змін ринкового середовища, формує корпоративну ідентичність та впливає на рівень організаційної згуртованості.

Сучасні дослідження підкреслюють, що організаційна культура формується взаємодією історичного розвитку компанії, стилю керівництва, системи мотивації та соціальних очікувань співробітників. Вона функціонує як специфічне соціальне середовище, в якому індивідуальні інтереси узгоджуються зі стратегічними цілями організації. Польські дослідники наголошують, що організаційна культура відображає філософію компанії та забезпечує інтеграцію управлінських процесів, визначаючи ставлення до роботи, клієнтів, партнерів та суспільства в цілому [2]. Культура, таким чином, стає основою для формування поведінкових норм, що сприяють підвищенню

ефективності підприємницької діяльності та створенню сприятливого соціально-психологічного клімату.

Корпоративна культура набуває особливого значення в підприємницькому середовищі, де рівень невизначеності значно вищий порівняно з традиційними організаційними структурами. Підприємницька діяльність пов'язана з інноваціями, готовністю до ризику, швидким прийняттям рішень та адаптивністю, що безпосередньо залежить від культурних установок організації. Саме культура визначає рівень відкритості до інновацій, підтримку ініціативи співробітників та готовність до експериментів. Дослідження показують, що спільні цінності та норми поведінки формують очікувані моделі дій співробітників та впливають на ефективність бізнесу, інноваційний розвиток та економічні показники компанії [3].

Теоретичні підходи до розуміння корпоративної культури дозволяють виділити її багаторівневу структуру. На поверхневому рівні культура проявляється через символи, традиції, корпоративні ритуали, стиль спілкування та зовнішні атрибути організації. Глибший рівень складається із задекларованих цінностей, що відображають стратегічні орієнтації підприємства та його філософію управління. Найскладнішим рівнем є рівень фундаментальних ідей, які визначають сприйняття реальності членами організації та ефективно формують основу корпоративної поведінки. Цей рівень є найстабільнішим і, водночас, найважчим для трансформації, оскільки він пов'язаний з колективним досвідом організації.

На формування корпоративної культури підприємницької діяльності впливають внутрішні та зовнішні фактори. До внутрішніх факторів належать стиль управління, система комунікацій, кадрова політика, організаційна структура та рівень професійної компетентності персоналу. До зовнішніх факторів належать національно-культурні особливості, економічні умови, рівень конкуренції та інституційне середовище. Взаємодія цих факторів створює унікальну модель корпоративної культури для кожного підприємства, яка визначає його ринкове позиціонування та можливості стратегічного розвитку. У контексті підприємницької діяльності корпоративна культура виконує низку важливих функцій, включаючи інтеграцію, мотивацію та адаптацію. Це сприяє формуванню почуття приналежності серед працівників, підвищує довіру між керівництвом та персоналом, а також забезпечує узгодженість дій у процесі реалізації бізнес-стратегії. Культура також виступає механізмом зниження транзакційних витрат, оскільки спільні цінності зменшують потребу в суворому контролі та формалізації процесів.

Важливою особливістю сучасного етапу підприємництва є трансформація корпоративної культури під впливом цифровізації та гнучких організаційних моделей. Зростає роль командної роботи, горизонтальної комунікації та партнерського стилю управління, що кидає виклик традиційним уявленням про ієрархічні структури. Успішні компанії культивують культуру відкритості, навчання та постійного розвитку, яка стимулює креативність та сприяє швидкій адаптації до змін навколишнього середовища.

Створення ефективної корпоративної культури вимагає цілеспрямованої управлінської політики. Керівництво компанії служить провідником ключових цінностей і через власну поведінку формує стандарти організаційної взаємодії. Важливим інструментом є система внутрішніх комунікацій, яка забезпечує передачу корпоративних норм новим співробітникам та підтримує їх у повсякденній діяльності. Механізми навчання та орієнтації персоналу, а також корпоративні традиції також відіграють значну роль у закріпленні спільних цінностей. Отже, корпоративна культура підприємницької діяльності – це складна, багатовимірна система, яка поєднує економічні, соціальні та психологічні аспекти функціонування компанії. Вона формує внутрішню логіку розвитку організації, визначає характер взаємодії між співробітниками та впливає на здатність компанії до інновацій та стратегічного розвитку. Теоретичні принципи її розвитку базуються на розумінні культури як ключового нематеріального ресурсу, що забезпечує узгодження інтересів співробітників та бізнесу, сприяє підвищенню ефективності управління та закладає основу для довгострокового розвитку підприємницької діяльності.

СПИСОК ВИРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Schein E. H. Organizational culture and leadership. 4th ed. San Francisco : Jossey-Bass, 2010. 464 p.

2. Гресь Є. Ю., Язвінська Н. В. Корпоративна культура підприємства: сутність та підходи до визначення. Вісник НТУУ «КПІ». 2014. № 5. С. 45–52. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/14144/1/2014_5_Gres%20Yazvinska.pdf

3. Hogan S. J., Coote L. V. Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein's model. Journal of Business Research. 2014. Vol. 67, Issue 8. P. 1609–1621. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.09.007>

Камаєва Владислава Дмитрівна, студентка кафедри підприємництва, торгівлі і логістики, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків, email: Vladyslava.Kamaieva@emmb.khpi.edu.ua

Vladyslava Dmytrivna Kamaieva, Student of the Department of Business, Trade and Logistics, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Kharkiv, email: Vladyslava.Kamaieva@emmb.khpi.edu.ua