

methods. The authors suggest that the logistics system should be divided into three levels: micro, macro and meso-logistics system. Furthermore, the macro logistics systems differ in the degree of globalization, the administrative-territorial division, their object-functional characteristics, sectoral integration; micrologistics systems, in turn, differ in their scope and functions, the nature of the relationships between the elements, the mechanism of material flow management, the way of organization and the production cycle. It has been proved that the main links of the logistics system are formed between these elements: firstly, suppliers (of the equipment, technologies, materials, fuel and energy resources, ores and pipe blanks); secondly, manufacturing enterprises (competitors); third, enterprises that consume the finished products. The suggested classification allows building an analog model of a metallurgical enterprise's relations with the suppliers and consumers, which demonstrates the practical significance of this study. The prospect of further development is to develop a methodology for assessing the efficiency of a newly formed logistics system.

**Keywords:** logistics system, micrologistics system, macrologistics system, meso-logistics system, analog model of enterprise ties.

*Стаття надійшла до редакції 06.10.2016*

УДК 005.73: 304.2: 330.1

**Кукоба Володимир Павлович\***

## **УПОРЯДКУВАЛЬНИЙ АСПЕКТ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, СКЛАДОВІ, ОСНОВНІ АТРИБУТИ**

**Анотація.** У статті акцентовано увагу на плутанині науковцями понять «культура підприємства», «організаційна культура» та «корпоративна культура». Для їхнього розмежування здійснено ґрунтовний етимологічний аналіз понять «організація», «культура» і «корпорація», в рамках якого визначено щонайменше чотири аспекти проявів, що пов'язуються з організацією і кілька специфічних проявів культури. Обґрунтовано нове розширене тлумачення поняття «організаційна культура підприємства», в якому враховано не лише аспекти формування культурних надбань підприємства, а і процеси застосування правил та норм з упорядкування спільних дій учасників цієї підприємницької структури (власників і працівників). У розвиток розроблених елементів теоретичної бази теорії організації визначено складові організаційної культури підприємства та надано опис функцій цих складових.

**Ключові слова:** організаційна культура, підприємство, корпорація, упорядкування діяльності, управління.

**Вступ.** Останнє десятиліття знаменується зверненням науковців і практиків до організаційних аспектів господарювання підприємств. Це відбувається тому, що організаційна, тобто упорядкувальна, діяльність на підприємствах, дозволяє

\* **Володимир Павлович Кукоба** — д. е. н., професор, професор кафедри економіки підприємств, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», м. Київ, kuk015@ukr.net

отримати значно більшу ефективність при удосконаленні процесів їх функціонування порівняно з технічними новаціями. Активність дослідження організаційних процесів, у тому числі і на підприємствах, утворила достатньо вагомий пласт наукових результатів, які дозволяють повніше і точніше проектувати раціональні зміни у порядку діяльності підприємств, тим самим підвищуючи їхню ефективність функціонування. Накопичення значних обсягів знань у сферах класичної організаційної науки утворило потребу виходу за її межі у міждисциплінарний простір, у якому найбільшу увагу приділено культурним аспектам діяльності підприємств, точніше організаційній культурі даних суб'єктів господарювання.

**Постановка задачі.** Проблематика організаційної культури розглядалась у роботах Е. Брауна [11], О. Віханського [1], Г. Захарчин [2], А. Карпова [3], Р. Кілманна [17], ], А. Макліна [18], Дж. Маршалла [18], Д. Мацумото [5], С. Мішона [19], А. Наумова [1], Н. О'доннел-Тружилло [21], У. Оучі [20], М. Пакановскі [21], М. Сакстона [17], Л. Смірчича [24], Т. Соломанідіної [7], О. Харчишиної [9], Р. Хофстеда [14], Т. Чебакової [10], П. Штерна [19]. При цьому, майже всі ці науковці організаційну культуру розглядали у контексті культури в організації — в упорядкованій певним чином групі індивідумів. Також культурні аспекти у організації досліджували С. Девіс [22], Е. Джакус [15], Д. Дреннан [12], Л. Елдрідж [13], П. Журавльов [6], А. Кромбі [13], Ю. Одегов [6], Х. Шварц [22]. Диференційованіше, вже культуру в корпорації або корпоративну культуру, досліджували Б. Карлоф [16], Р. Кричевський [4], В. Співак [8], К. Шольц [23]. Значне розгалуження спрямувань дослідження організаційної культури викликано різним розумінням поняття «організація», за якої під організацією найчастіше розуміють групу певним чином упорядкованих індивідів, забуваючи при цьому інші аспекти організації. Саме потреба у найповнішому розумінні сутності організаційної культури та її проявів на підприємствах визначає актуальність досліджень у цьому напрямі і значущості оприлюднення результатів дослідження з даної проблематики.

Опубліковані результати досліджень стосовно організаційних культур бізнес-структур, свідчать не лише про важливість, а й про значущість розвитку організаційних відносин. Особливо це важливо для раціоналізації внутрішніх зв'язків між підрозділами підприємства, що підвищує ефективність їх функціонування. Саме тому виникає нагальна потреба у науковому обґрунтуванні теоретичних і методичних основ розвитку упорядкувального аспекту організаційної культури підприємства. Виходячи з цього, метою цієї статті є представлення для всебічного наукового обговорення результатів дослідження і розробки теоретичних аспектів культури упорядкування діяльності промислових підприємств.

**Результати.** Ключова проблема формування і застосування наукових здобутків стосовно організаційної культури полягає не у складності розробок організаційних рішень культурного спрямування, не у малих сумах ефектів від впровадження результатів організаційно-культурних досліджень, а, перш за все, у односторонності розуміння явища «організація». В основному під організаційною культурою розуміють атрибути культури, що притаманні окремій організації —

упорядкованій групі осіб, а це не відповідає дійсності у повній мірі, значно звужує коло досліджень і зменшує можливості отримання адекватних наукових та прикладних результатів (табл. 1). Саме тому доцільно з'ясувати що собою представляє організаційна культура та чим вона відрізняється від культури суто організації чи корпорації з корпоративною культурою.

З найпоширеніших тлумачень поняття «організаційна культура», наведених у табл. 1, а також інших, де її називають корпоративною культурою, культурою корпорації та культурою підприємства можна зробити висновок про те, що дане поняття більшістю трактується лише у контексті культури певної групи осіб (корпорації, підприємства, організації тощо). Таке однобоке розуміння поняття не зовсім коректне і не відповідає дійсності оскільки саме поняття «організація» має трієсткість розуміння, при цьому воно змінює власну сутність залежно від об'єктів, які утворюють певну організацію.

З огляду на результати власних багаторічних досліджень теоретичних аспектів «організації» мною було встановлено, що це поняття часто застосовують для ідентифікації суспільних утворень, процесів і специфічних характеристик: *спільнота індивідумів, діяльність з упорядкування чогось, процес започаткування чого-небудь* (організація підприємства, організація проведення заходів тощо), *характеристика упорядкованості*.

Таблиця 1

**ОСНОВНІ ТЛУМАЧЕННЯ ПОНЯТЬ «КУЛЬТУРА ОРГАНІЗАЦІЇ»  
ТА «ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА»**

Зміст тлумачення поняття	Автори, рік оприлюднення
<b>Культура організації</b>	
Культура підприємства — це такий, що увійшов в звичку і став традицією спосіб мислення і спосіб дії, який більшою або меншою мірою поділяють всі працівники підприємства і який повинен бути за-своєний і хоча б частково прийнято новачками, щоб нові члени колективу стали «своїми»	Джакус Е. ; 1952 [15]
Культура організації — унікальна сукупність норм, цінностей, переконань, зразків поведінки тощо, які визначають спосіб об'єднання груп і окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених перед нею цілей	Елдрідж Л., Кромбі А.; 1974 [13]
Культура організації — комплекс переконань і очікувань, поділюваних членами організації. Ці переконання і очікування формують норми, які значною мірою визначають поведінку в організації окремих особистостей і груп	Шварц Х., Девіс С.; 1981 [22]
Культура організації — це все те, що для останньої типово: ось характерні риси, переважаючі відносини, що сформувалися зразки прийнятих норм поведінки	Дреннан Д.; 1992 [12]
Культура організації — це сукупність типових для неї цінностей, норм і поглядів або ідей, які свідомо або підсвідомо формують зразок поведінки для співробітників організації.	Одегов Ю.Г., Журавльов П.В.; 1997 [6]
<b>Організаційна культура</b>	
Організаційна культура — символи, церемонії та міфи, які повідомляють членам організації важливі уявлення про цінності і переконання	Оучі У.; 1981 [20]

## Закінчення табл. 1

Зміст тлумачення поняття	Автори, рік оприлюднення
Організаційна культура є сукупністю традицій, цінностей, установок, переконань і відносин, які створюють всеосяжний контекст для всього, що ми робимо або про що думаємо, виконуючи роботу в організації	Маклін А., Маршалл Дж.; 1983 [18]
Організаційна культура — придбані, передані за допомогою природної мови та інших символічних засобів системи, які виконують репрезентативні, директивні і афективні функції і здатні створювати культурний простір і особливе відчуття реальності	Смірнич Л.; 1983 [24]
Організаційна культура — сукупність поведінки, символів, ритуалів і міфів, які відповідають поділяється цінностей, притаманних підприємствам, і передаються кожному членові з вуст в уста в якості життєвого досвіду	Мішон С., Штерн П.; 1985 [19]
Організаційна культура — це набір переконань, цінностей і засвоєних способів вирішення реальних проблем, що сформувався за час життя організації і має тенденцію прояву в різних матеріальних формах і в поведінці членів організації	Браун Е.; 1995 [11]
Організаційна культура — це набір найбільш важливих припущень, прийнятих членами організації та одержують вираження в заявлених організацією цінностях, які задають людям орієнтири їх поведінки.	Віханский О.С., Наумов А.І.; 1995 [1]
Організаційна культура — колективне програмування думок, яке відрізняє членів однієї організації від іншої	Хофстед Р.; 1996 [14]
Організаційна культура — сукупність норм, правил, звичаїв і традицій, які підтримуються суб'єктом організаційної влади і задають загальні рамки поведінки працівників, які узгоджуються зі стратегією організації	Карпов А.В. та інші; 2002 [3]
Організаційна культура — динамічна система правил, поділюваних членами організації.	Мацумото Д.; 2003 [5]
Організаційна культура — соціально-духовне нулі компанії, що формується під впливом матеріальних і нематеріальних, явних і прихованих, усвідомлюваних і неусвідомлюваних процесів і явищ, що визначають єдність філософії, ідеології, цінностей, підходів до вирішення проблем і поведінки персоналу компанії і дозволяють організації просуватися до успіху	Соломанідіна Т.О.; 2003 [7]
організаційна культура є атрибутивною характеристикою організації, яка знаходить своє вираження у нормах, цінностях, правилах, що можуть бути як формальними, так і неформальними.	Харчишина О.В., 2011 [9]

Оскільки поняття організації має достатньо широке застосування, то виникає потреба детальнішого опису кожного із специфічних застосувань поняття. Так: 1) *організація (як спільнота індивідуумів)* — це упорядкована певним чином група людей (осіб), пов'язаних між собою постійними формальними і неформальними зв'язками, які мають спільну мету діяльності, внутрішню ієрархію відносин та підпорядкування; 2) *організація (як діяльність з упорядкування)* — сукупність дій або процесів, що ведуть до утворення раціональних нових і удосконалювання існуючих взаємозв'язків між частинами цілого для того, щоб ці частини у можливо вищому ступені сприяли успіху цілого; 3) *організація (як характеристика упорядкованості)* — сукупність ознак що вказують на рівень

внутрішньої упорядкованості взаємодії між складовими цілого (системи), обумовлена будовою цього цілого; 4) *організація (як процес започаткування)* — дії з утворення (заснування) чого-небудь нового.

Оскільки у понятті «організаційна культура» термін «організаційний» має подвійний — дійовий і атрибутивний контекст, то серед варіантів розуміння даного поняття слід виокремити розуміння стосовно притаманності певних культурних атрибутів організації як спільноті (корпорації), а також організації як процесу започаткування діяльності або її впорядкування. То ж у атрибутивному контексті «організаційна культура» — це культура, що притаманна певній організації (точніше групі осіб) та має певні атрибути упорядкованості, а у дійовому — культура упорядкування діяльності або ієрархії у групі осіб чи їх корпорації, а також започаткування нової діяльності. Підводячи підсумок можна констатувати, що під поняттям «організаційна культура» можна розуміти: культуру в організації (корпорації), культуру упорядкування стану та діяльності організації (корпорації) та культуру започаткування будь-якої діяльності або організації.

Не менш складним і неоднозначним є друга складова поняття «організаційна культура». Налічують до 250 визначень культури за різними науковими спрямуваннями. У світовій літературі їх близько 500 тлумачень, при цьому більша половина з яких зовсім не стосується суспільних груп або індивідуумів. Культуру визначають і як творчу діяльність людей і сукупність матеріальних і духовних цінностей, вироблених людством у процесі історії, і як взаємовідносини, що склалися в процесі спільних дій (поведінки). На основі сукупності визначень культури, що найнаближеніші до соціально-економічних відносин, для потреб формування тлумачення організаційної культури доцільно сформулювати розуміння культури, як сукупності знань, досвіду і цінностей (матеріальних та інтелектуальних) індивідів та їх груп, утворених відповідно до звичаїв і традицій поведінки цих осіб та їх співтовариств. Серед різновидів культури виокремлюють: світоглядну культуру, політичну, художню, технологічну, виробничу, екологічну, правову культуру, культуру людського спілкування тощо.

Інтегруючи в одне ціле понятійні розуміння двох складових, можна вийти на тлумачення поняття організаційної культури у такому вигляді: *організаційна культура — це сукупність знань, досвіду і цінностей (матеріальних та інтелектуальних) індивідів та їх груп, утворених відповідно до звичаїв і традицій поведінки цих осіб, які стосуються процесів упорядкування їх власної діяльності або порядку взаємовідносин між іншими особами на основі встановлення норм і правил взаємодії цих індивідуумів.* У такому викладенні знаходять відображення аспекти організації як спільноти індивідуумів і діяльності з упорядкування в такій або іншій спільноті. Аспекти, що характеризують стан організації (рівень упорядкованості) і процедуру започаткування певної упорядкованої діяльності у даному тлумаченні мають контекстну присутність.

З точки зору соціальної організації може бути організаційна культура індивідуумів, а також організаційна культура груп (корпорацій, об'єднань) індивідуумів. *Організаційна культура індивідів проявляється у встановлених цими особами специфічних нормах і правилах упорядкування їхньої поведінки (стосується самоорганізації) або визначення порядку поведінки та взаємовідно-*

син з іншими особами. *Організаційна культура групи (корпорації або об'єднання) індивідів* має особливі норми і правила, встановлені даною групою, щодо значення порядку поведінки окремих учасників групи та взаємовідносин у ній, а також способів упорядкування спільної поведінки індивідів по відношенню до окремих індивідів або їх груп (корпорацій, об'єднань).

Економічний аспект організаційної культури проявляється здійсненні господарських комунікацій, встановленні правил і норм господарювання певною групою осіб на певній господарській території. У контексті господарських комунікацій і реляцій можна виокремити організаційну культуру, що притаманна певному суб'єкту господарювання у формі групи (організації чи корпорації) господарюючих індивідуумів, а також організаційну культуру, яка має контекст упорядкування господарських взаємовідносин.

Організаційну культуру господарюючого суб'єкта найчастіше називають культурою фірми, культурою підприємства, культурою корпорації або корпоративною культурою тощо, або просто узагальнюють і називають організаційною культурою, але таке узагальнення не зовсім коректне, оскільки в своєму розумінні автори таких узагальнень не враховують упорядкувальний аспект організації. Стосовно культур підприємств проведено значне число досліджень і опубліковано велику кількість статей і монографій, однак на упорядкувальний аспект організації зверталось мало уваги, ще менше проводилось досліджень. Тому, поряд із культурою фірми чи підприємства, для підкреслення упорядкувального аспекту в культурі діяльності господарюючого суб'єкта доцільно виокремлювати *організаційну культуру підприємства (фірми)*, яка представляє собою сукупність знань, досвіду, матеріальних та інтелектуальних цінностей власників і працівників підприємства, сформованих на цьому підприємстві, які стосуються процесів упорядкування діяльності цього підприємства, внутрішньої ієрархії та порядку взаємовідносин між працівниками та власниками на основі встановлення норм і правил внутрішньої взаємодії працівників та власників.

Упорядкувальні дії на підприємстві завжди спрямовано на певні об'єкти: взаємовідносини між учасниками господарських операцій, ієрархію між учасниками і процесами господарювання, процедури діяльності господарюючого суб'єкта. Ключовими атрибутами організаційної культури підприємства, що формалізують знання, досвід і цінності упорядкування дій на підприємстві та визначають внутрішню фірмові звичаї і традиції з упорядкування бізнес-процесів, є: статут підприємства, корпоративний кодекс підприємства, правила внутрішнього розпорядку, схеми загальної організаційної структури підприємства та його організаційної структури управління, штатний розпис, положення про підрозділи, посадові інструкції, процедури виконання бізнес-процесів тощо.

Організаційна культура повинна включати упорядкувальні норми, правила та цінності поведінки на ринках товарів, створення нових інноваційних продуктів, виготовлення продукції, інфраструктурного забезпечення власної діяльності, відносин соціальної відповідальності та фінансово-економічних відносин. Дана культура з упорядкування діяльності формується, у першу чергу, фахівцями, які мають менеджерський статус і реалізують серед інших функцію управ-

ління — «організація». Ці особи ініціюють утворення локальної системи організації діяльності, яка формується на основі таких складових: *технічної, технологічної, гуманітарної (кадри та соціальні відносини), фінансової, комерційної, інформаційної, комунікативної, документально-розпорядчої, правової та екологічної*.

*Технічна складова* системи підтримки організаційної культури створює цінності для забезпечення умов безперебійного функціонування технічних засобів підприємства, які задіяні не лише у виробничих процесах, а й процесах забезпечення всіх напрямів діяльності цього підприємства, а *технологічна* поєднує ці технічні засоби у новітніх оптимізованих процесах. *Гуманітарна складова* утворює культурні надбання щодо відбору, підготовки та розвитку кадрів підприємства, що забезпечує підвищення ефективності трудових ресурсів на основі їхнього кількісного, професійного, кваліфікаційного та інтелектуального зростання, а також підвищення соціальних стандартів для працівників та їх сімей. *Фінансова складова* формування і розвитку організаційної культури утворює цінності на основі яких здійснюється найточніше прогнозування обсягів фінансування різних варіантів інвестиційних проектів підприємства, обсягів доходів і збитків підприємницької діяльності. А комерційна складова визначає порядок прогнозування потреб ринків у продукції (послугах) підприємства, раціональні способи сприяння доступу до ресурсів, формування здатності забезпечувати ресурсні потреби підприємства, а також створення маркетингово-комерційних мереж і умов їх ефективного використання. *Інформаційна складова* визначає правила утворення та розвитку баз даних, їх зберігання та охорони, норми і способи представлення інформації про об'єкти контролю та бізнес-процеси на підприємстві. *Комунікативна складова* встановлює порядок зв'язків між працівниками, структурними підрозділами, бізнес-процесами та засобами діяльності підприємства. *Документально-розпорядча складова* упорядковує документування інформації та управлінських рішень, доведення до виконавців розпорядчих документів, визначає норми і правила документальної фіксації правових дій та їх наслідків. Відповідно, *правова складова* стосується досвіду здійснення правових дій і підготовки правових актів, раціоналізації правових відносин на підприємстві та за його межами. *Екологічна складова* у організаційній культурі підприємства упорядковує тип життєдіяльності працівників цього підприємства та їх взаємовідносин з навколишнім середовищем, що сприяють здоровому способу життя, стійкому соціально-економічному розвитку, екологічній безпеці країни і кожної людини, і виступає регулятором екологічної діяльності.

Раціональне використання надбань усіх складових організаційної культури підприємства для упорядкування його бізнес-процесів створить умови для формування внутрішньої культури цього підприємства на вищому рівні, що забезпечить найефективнішу підприємницьку діяльність даного суб'єкта господарювання. Забезпечить утворення нового досвіду, цінностей, норм і правил господарювання та здійснення суспільно-значимих відносин з іншими господарюючими суб'єктами та окремими індивідами.

**Висновки.** Діяльність підприємств як корпорацій індивідів, що мають зиск з виготовлення і продажу товарів, у певному часовому проміжку утворює сукупності знань про раціональну та ефективну діяльність, матеріальні та інтелектуальні цін-

ності такої діяльності, що передбачає встановлення відповідних норм і правил. Усе це є основою культури цього підприємства. Цілеспрямований розвиток цієї культури у напрямку раціоналізації господарської діяльності неможливий без адекватного упорядкування взаємовідносин індивідів у корпоративному об'єднанні — підприємстві, що є організаційною культурою цієї організації. Подальше поглиблення досліджень щодо упорядкування діяльності підприємств на основі формування розвиненої організаційної культури дозволить сформулювати новітню методичну основу підвищення ефективності діяльності підприємницьких структур.

### Література

1. Виханский О. С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. / О. С. Виханский, А. И. Наумов — М.: Изд-во МГУ, 1995. — 416 с.
2. Захарчин Г. М. Механізм формування організаційної культури машинобудівного підприємства: монографія / Г. М. — Захарчин — Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. — 276 с.
3. Карпов А. В. Организационная культура: понятие и реальность: Учеб. пособие / А. В. Карпов, И. М. Скитяева, Н. В. Волкова, И. А. Ямщиков — М.: Ярославль: Аверс Пресс, 2002. — 143 с.
4. Кричевский Р. Л. Если Вы — руководитель.: элементы психологии менеджмента в повседнев. работе / Р.Л. Кричевский. — М.: Дело, 1998. — 399 с.
5. Мацумото Д. Психология и культура / Д. Мацумото. — СПб.: Питер, 2003. — 720 с.
6. Одегов Ю. Г. Управление персоналом / Ю. Г. Одегов, П. В. Журавлев. — М.: Финстатинформ, 1997. — 878 с.
7. Соломанидина Т. О. Организационная культура компании. Учебное пособие / Т. О. Соломанидина. — М.: Управление персоналом, 2003. — 456 с.
8. Спивак В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак — СПб.: Питер, 2001. — 352 с.
9. Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості: Монографія / О. В. Харчишина — Житомир: Вид-во Житомирського державного університету ім. І Франка, 2011. — 289 с.
10. Чебакова Т. О. Основні проблеми визначення сутності організаційної культури підприємства / Т. О. Чебакова // Ефективна економіка, № 3, 2016 [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://www.m.nauka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=4860>
11. Brown A. Organizational Culture / A. Brown. — London: Pitman Publishing, 1995. — 270 p.
12. Drennan D Transforming Company Culture: Getting Your Company from Where You Are Now to Where You Want to Be / D. Drennan. — London; New York: McGraw-Hill, 1992 — 299 p.
13. Eldridge J. E. T A sociology of organization / J. E. T. Eldridge, A. D. Crombie. — London: George Allen & Unwin, 1974. — 218 p.
14. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind / G. Hofstede. — New York: McGraw-Hill, 1996. — 279 p.
15. Jaques E. The Changing Culture of a Factory / E. Jaques. — London: Tavi-stock, 1952. — 341 p.
16. Karlof B. Business Strategy: A Guide to Concepts and Models / B. Karlof. — London: MacMillan, 1989. — 166 p.
17. Kilmann R. H. Issues in Understanding and Changing Culture / Ralph H Kilmann; Mary J Saxton; Roy Serpa // California management review. 1986, Vol. 28, no. 2 — pp. 87-94
18. McLean A. J. Intervening in cultures, working paper / A.J. McLean, J. Marshall. — University of Bath, UK, 1983.

19. Michon C. La dynamisation sociale / C. Michon, P. Stern. — Paris: Ed. d'organisation, 1985. — 115 p.
20. Ouchi, W. G. Theory Z: How American Business Can Meet the Japanese Challenge / William G. Ouchi. — New York: Avon Books, 1981. — 255 p.
21. Pacanowski M. Communication and Organizational Culture / M. Pacanowski, N. O'Donnel-Trujillo // The Western Journal of Speech Communication. — 1982. — No. 46. — P. 115–130
22. Schawrtz H. Matching Corporate Culture and Business Strategy / H. Schwartz, S. Davis // Organizational dynamics. — 1981. — Summer. — P. 30–48.
23. Scholz C. Corporate Culture and Strategy — the Problem of Strategic Fit / C. Scholz // Long Range Planning. — 1987. — Vol. 20, No. 4. — P. 78–87.
24. Smircich L. Concepts of Culture and Organizational Analysis / L. Smircich // Administrative Science Quarterly, 1983. Vol. 28, No. 3, P. 339–358

### **References**

1. Vihanskiy O. S., Naumov A. I. (1995). Menedzhment: chelovek, strategiya, organizatsiya, protsess. Moskva: Izd-vo MGU.
2. Zakharchyn, H. M. (2009). Mekhanizm formuvannia orhanizatsiinoi kultury mashynobudivnoho pidpriemstva [The mechanism of organizational culture engineering company]. Lviv: Vyd-vo NU «Lvivska politehnika».
3. Karpov A. V., Skityaeva I. M., Volkova N. V., Yamshchikov I. A. (2002). Organizatsionnaya kultura: ponyatie i realnost: Ucheb. posobie. Moskva ; Yaroslavl: Avers Press.
4. Krichevskiy R. L. (1998). Esli Vy — rukovoditel.: elementy psihologii menedzhmenta v povsednevnoy rabote. — Moskva: Delo.
5. Matsumoto D. (2003). Psihologiya i kultura. St. Petersburg:: Piter, 2003.
6. Odegov Yu. G., Zhuravlev P. V. (2000). Upravlenie personalom. Moskva: Finstatinform.
7. Solomanidina, T. O. (2003). Organizatsionnaya kultura kompanii [The organizational culture of the company]. Moskva: Upravleniye personalom.
8. Spivak, V. A. (2001). Korporativnaya kultura [Corporate culture]. St. Petersburg: Piter.
9. Kharchyshyna, O. V. (2011). Formuvannia orhanizatsiinoi kultury v systemi menedzhmentu pidpriemstv kharchovoi promyslovosti [Formation of organizational culture in the system of management of the food industry]. Zhytomyr: Vyd-vo ZhDU im. I. Franka.
10. Chebakova T. O. (2016). «Osnovni problemi viznachennya sutnosti organizatsiynoyi kulturi pidpriemstva». Efektivna ekonomika. 3. <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=4860>
11. Brown, Andrew D. (1995). Organisational culture. London: Pitman Publishing.
12. Drennan, David. (1992). Transforming company culture: getting your company from where you are now to where you want to be. London: McGraw-Hill Book Co.
13. Eldridge, John Eric Thomas, and A. D. Crombie. (1974). A sociology of organisations. London: Allen & Unwin.
14. Hofstede, Geert H. (1991). Cultures and organizations: software of the mind. London: McGraw-Hill.
15. Jaques, Elliott. (1952). The Changing culture of a factory. London: Tavi-stock.
16. Karlöf, Bengt. (1989). Business strategy: a guide to concepts and models. London: MacMillan.
17. Kilmann, Ralph H., Mary J. Saxton, and Roy Serpa. (1986). «Issues in understanding and changing culture». California Management Review. 28 (2).
18. McLean A., Marshall J. (1993). Intervening in cultures, working paper. — University of Bath, UK

19. Michon C, Stern P. (1985). La dynamisation sociale. — Paris: Ed. d'organisation.
20. Ouchi, William G. (1981). Theory Z: How American Business Can Meet the Japanese Challenge. New York: Avon Books.
21. Pacanowsky, Michael E., and Nick O'Donnell-Trujillo. (1982). «Communication and organizational cultures». Western Journal of Speech Communication. 46 (2): 115-130.
22. Schwartz, Howard, and Stanley M. Davis. (1981). «Matching corporate culture and business strategy». Organizational Dynamics. 10 (1): 30-48.
23. Scholz, Christian. (1987). «Corporate culture and strategy— The problem of strategic fit». Long Range Planning. 20 (4): 78-87.
24. Smircich, L. (1983). «Concepts of culture and organizational analysis». Administrative Science Quarterly. 28 (3): 339–358

### **АСПЕКТ УПОРЯДОЧИВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ, СОСТАВ, ОСНОВНЫЕ АТТРИБУТЫ**

*В.П. Кукоба*, докт. экон. наук, проф.  
кафедры экономики предприятий  
ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

**Аннотация.** В статье акцентировано внимание на путанице в отношении понятий «культура предприятия», «организационная культура» и «корпоративная культура». Для их размежевания проведен основательный этимологический анализ понятий «организация», «культура» и «корпорация», в рамках которого определено, по меньшей мере, четыре аспекта проявлений, которые связывают с организацией и несколько специфических проявлений культуры. Обосновано новое расширенное толкование понятия «организационная культура предприятия», в котором учтено не только аспекты формирования культурных достояний предприятия, а и процессы применения правил и норм по упорядочению общих действий участников этой предпринимательской структуры (владельцев и работников). В развитие разработанных элементов теоретической базы теории организации определено составляющие организационной культуры предприятия и предоставлено описание функций этих составляющих.

**Ключевые слова:** организационная культура, предприятие, корпорация, упорядочивание деятельности, управление.

### **AN ASPECT OF ESTABLISHING OF ORDER IN ENTERPRISE ORGANIZATIONAL CULTURE: ESSENCE, COMPONENTS, BASIC ATTRIBUTES**

*V. Kukoba*,  
DrSc in Economic, Professor, Professor at  
the department of economic of enterprises,  
SHEE «Kyiv National Economic  
University named after Vadym Hetman»,  
Ukraine, Kyiv

**Abstract.** In article the attention on one-sidedness understanding by scientists of enterprise organizational culture is accented. They didn't consider organization processes as actions of order establishing. The most researchers

mix up between itself the concepts «culture of enterprise», «organizational culture» and «corporate culture». For their differentiating the detailed etymologic analysis of concepts «organization», «culture» and «corporation» is carried out. Within the framework of these analysis four aspects displays contact with organization and a tow specific aspects displays contact with culture. The synthesis of different correlated elements and processes of organization, as an activity, grounded new construction of concept «organizational culture of enterprise». In it the aspects of forming cultural acquisitions at enterprise are taken into account. At this point of view the enterprise is not only a corporation of individuals who have general economic aims, but there are introduced rules and norms of regulation general actions of participants (proprietors and workers) of this enterprise. Among the new elements of the bases of theory of organization the constituents of organizational culture of enterprise (technical, technological, humanitarian (personal and social relations), financial, commercial, informational, communicative, documentary prescriptive, law and ecological) are represented and description of functions of these constituents is given.

**Keywords:** organizational culture, enterprise, corporation, activity of order establishing, management

Стаття надійшла до редакції 31.10.2016

УДК 378:371:78

**Чужиков Віктор Іванович** \*  
**Диндар Антон Сергійович** \*\*

### **МИСТЕЦЬКА ПАРАДИГМА В КРЕАТИВНІЙ МОДЕЛІ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ**

**Анотація.** У пропонованій статті проведено аналіз мистецької парадигми в процесі посилення комерціалізації створюваного арт-продукту в межах глобального економічного простору. У результаті здійсненого дослідження створено спільну креативну платформу як результат дифузії секторальних парадигм і визначено її роль у формуванні конкурентної спрямованості арт-продукту, можливості його тиражування, продукування, трансферу до споживача та позиціонування на відповідних сегментах ринку.

**Ключові слова:** мистецька парадигма, креативна економіка, арт-продукт.

**Вступ.** Поліструктурний розвиток сучасної цивілізації потребує всебічного аналізу та переосмислення тих парадигм, які ще донедавна вважалися сталими, адже кожна з них («Ното оeconomicus» або «Ното sociologicus») упродовж певного періоду свого існування чітко відбивала ті наукові і суспільні пріоритети

\* **Віктор Іванович Чужиков** — доктор економічних наук, професор, проректор ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

\*\* **Антон Сергійович Диндар** — аспірант, асистент кафедри європейської інтеграції ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»