

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Анотація. У статті проаналізовані основні підходи до оцінювання корпоративної культури, досліджена її суть та зміст.

Ключові слова: корпорація, корпоративна культура, типи корпоративної та організаційної культури, національна культура, внутрішня політика, глобалізація, внутрішнє середовище, зовнішнє середовище.

Summary. The article analyzes the main approaches to assessing corporate culture, and investigated its nature and content.

Key words: Corporation, corporate culture, types of corporate and organizational culture, national culture, internal politics, globalization, internal environment, external environment.

Постановка проблеми. Рівень корпоративної культури складно оцінити за допомогою простого єдиного показника, оскільки корпоративна культура є системою, яка складається із сукупності елементів та перебуває під впливом багатьох факторів. За останні два десятиріччя розроблено багато способів діагностики істотних ознак корпоративної культури.

Аналіз останніх досліджень. Огляди досліджень за цією тематикою можна знайти в наукових роботах К. Камерона і Т. Діла. Деякі з представлених у літературі оглядів мають ілюстративний характер. Наприклад, роботи Р. Ернста, В. Гордона, П. Хуберта містять матеріали про оцінку міцності культури, її властивостей.

С. Алберт і Д. Ухеттен визначили критичним для аналізу культури вимірювання від суто особової до строго фабричної орієнтації. Д. Р. Арнольд і Л. М. Капелла запропонували вимірювання сили-слабкості корпоративної культури і вимірювання її внутрішньо-зовнішнього фокусування. У роботі Т. Е. Дісла обґрунтована оцінка, що базується на швидкості зворотного зв'язку і ступеня ризику.

С. Ернест розглянув основними показниками оцінки типу корпоративної культури підприємства, спосіб орієнтації в зовнішньому оточенні. В роботі Р.У. Гордона наведені декілька груп показників оцінки корпоративної культури підприємства. Серед груп показників варто виділити прозорість розподілу ресурсів, заохочення персоналу, способи вирішення конфліктів, способи розвитку персоналу.

У роботі П. Хуберга головний акцент зроблений на оцінці керівництва і способу управління підприємством. Дослідники К. Врай і Д. Міллер сфокусували увагу оцінки на психіатричних і пси-

хологічних характеристиках персоналу та культури. Іншими напрямками оцінки корпоративної культури даних авторів є стиль і способи керівництва. Д. Мартін у своїй роботі пропонує здійснити оцінку корпоративної культури за напрямками: конфлікти персоналу, стиль керівництва тощо.

Мета дослідження. Визначити фактори впливу на корпоративну культуру та виявлення основних напрямів розвитку корпоративної культури, елементів механізму її формування.

Основні результати дослідження. Однією з причин існування такої великої кількості запропонованих вимірювань є та обставина, що корпоративна культура відрізняється винятковою широтою і охоплює всі сфери діяльності підприємств. Вона містить складний, внутрішньозв'язаний, вичерпний і водночас не цілком визначений набір чинників. З цього виходить, що при діагностиці та оцінці корпоративної культури не виключається можливість додання будь-якого чинника, що має відношення до визначення стану корпоративної культури. Необхідність додаткового елемента завжди можна аргументувати.

Щоб визначити найважливіші вимірювання, на яких слід зосередити увагу, потрібна рамкова конструкція, теоретичне обґрунтування і основа, що дозволяє звзунти і чітко сфокусувати пошук ключових вимірювань корпоративної культури. Звичайно, жодна конструкція оцінки не може бути всебічно вивчена, так само як неможливо довести, що будь-яка з них є правильною, а інші не мають права на існування. Найприйнятніші рамкові конструкції повинні базуватися на емпіричних доказах, максимально точно враховувати належну опису реальність і допускати інтеграцію і організацію в своїй структурі більшості запро-

© Л. І. Міхов, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Міхов Л.І. Методичні підходи до оцінювання корпоративної культури / Л. І. Міхов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2016. – №3 (35). – С. 60–66.

References (APA):

Mikhov, L. (2016). Metodychni pidkhody do otsiniuvannia korporativnoi kultury [Methodological approaches to assessing corporate culture]. Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu, 3(35), 60–66. (in Ukr.)

понованих наукою вимірювань. До ключових питань, на які мають надати відповідь результати оцінки стану корпоративної культури, відносять такі: критерії ефективності корпоративної культури, чинники корпоративної ефективності, індикатори корпоративної культури та ін.

Д. Кампбелл і його колеги запропонували список з тридцяти дев'яти індикаторів, що визначають, на їх думку, вичерпний набір мислимим вимірників корпоративної ефективності. Цей список був проаналізований в роботі Р. Е. Куїна та ін., з метою встановлення можливості виявлення зразків або груп індикаторів на групи.

Іншими авторами також здійснювалися спроби формування оцінки корпоративної культури підприємства за напрямками. Зокрема, в роботі А.Е. Воронкової [1] надається приклад дослідження стану корпоративної культури на основні характеристики: особистої ініціативи, ризику, спрямованості дій, погодженості дій, управлінську підтримку, контроль та ін.

Для всіх досліджуваних методик запропонованими авторами характерна вузькість спрямування оцінки та дослідження окремих проблемних сфер. Всі роботи позбавлені комплексності в оцінці стану корпоративної культури. Тільки окремі автори зробили спробу комплексної оцінки за напрямками або показниками (Д. Кампбелл, Д. Рохрбоуч) та визначили певне коло показників з різних напрямів прояву корпоративної культури.

Окремі методики свідчать, що складові, технології та пропозиції можуть бути враховані при розробці комплексної оцінки стану корпоративної культури. Однак не слід у повному обсязі методики оцінки ґрунтувати на суто авторських і дослідницьких способах оцінки, оскільки вже є певні розробки і реально працюючі методи оцінки стану корпоративної культури. Тому доцільно визначити як самі методи оцінки, так і їх переваги та недоліки, для розробки збалансованої, оптимальної оцінки стану корпоративної культури підприємства.

Є декілька методів дослідження і вимірювання корпоративної культури: метод системного аналізу (включаючи морфологічний і функціональнопараметричний опис корпоративної культури); статистичні методи (нормативний, порівняльний, метод випадкової оцінки, метод відстежування змін, конструктивно-критичний метод і т. д.); методи опиту: інтерв'ю, анкетування, соціометричний метод.

Завдяки системному підходу можливо побудувати загальну модель культури. Така модель потрібна для демонстрації особливостей її функціонування і пояснення умов її ефективності. З її допомогою можна побудувати модель, що описує її прогнозний стан. Системна модель корпоратив-

ної культури має бути адекватно показана. Адекватна демонстрація моделі передбачає подання у реальній формі об'єкта, реальні умови і особливості її функціонування та розвитку.

Поширеним оцінним методом конкретного вигляду і різновиду корпоративної культури є нормативний [2, с. 18]. Він припускає використання нормативної бази. Нормативна база складається з сукупності норм, законів, підзаконних актів (положень, інструкцій), стандартів, кодексів спілкування, поведінки, партнерства, філософії підприємства. Деякі форми прояву корпоративної культури, окремі її показники, можна обрати з нормативної документації. Нормативна документація може показати різні формальні сторони корпоративної культури. Дослідження інформації з документації підприємства сприяє вирішенню проблем з управління підприємством та його підсистемами. Нормативний підхід дозволяє здійснити фактичний вимір і оцінку фактичного рівня корпоративної культури. Таке положення обумовлює потребу в своєчасному оновленні нормативної бази, яка відображає сучасний рівень культури управління.

Певні методи оцінки корпоративної культури досить добре зарекомендували себе в країнах з розвинутою економікою. Такі методи використовуються переважно у країнах з ринковою економікою, окремі фахівці умовно об'єднують їх у чотири групи. Найбільш важлива з них – сукупність методів специфічних індикаторів. Методи специфічних індикаторів пов'язані з використанням обраного єдиного інтегрального показника, що отримується прямим або непрямим способом і відображає рівень корпоративної культури.

Метод «Делфі» – це дослідницький метод, у результаті якого злагоджена точка зору за рішенням проблеми досягається за рахунок консультації з експертами. Часто використовується, як метод оцінки робіт, рішення спірних питань, вибору підходів [3, с. 29-31]. Сутність методу «Делфі» полягає в послідовному визначенні думок експертів. Залучаються експерти різних областей науки і техніки. Формується масив інформації, що відображає особисті оцінки експертів. Особиста думка експерта заснована на суто логічному аналізі та інтуїтивному досвіді. Метод припускає використання серії анкет, в кожній з яких містяться інформація і думки, одержані з попередньої анкети. З використанням даного методу виявляється переважуюча думка фахівців з будь-якого питання в обстановці, що виключає їх прями дебати між собою, але дозволяючої їм разом з тим періодично зважувати свої думки з урахуванням відповідей і доводів колег. Дається можливість замінити прями дебати ретельно розробленою програмою послі-

довних індивідуальних опитувань і використовувати зворотний зв'язок.

Метод «Ліпки» – метод комплексного ухвалення управлінського рішення, заснований на поетапному використуванні методів експертних оцінок. Метод «Ліпки» припускає виконання декількох послідовних етапів. Перший – підготовчий етап, має на увазі пошук і вивчення необхідної літератури, написання окремих фрагментів клінічного протоколу, проведення попередніх робочих нарад з постановками питань і ухваленням рішень. Етап інтерактивного моделювання полягає в тому, що розробники клінічного протоколу збираються разом в ізолюваному місці на 1-2 дні та в режимі реального часу, використовуючи комп'ютерну техніку, створюють 1-2 моделі проблемного моделювання, при цьому відточуються формулювання, розглядаються докази клінічної та економічної ефективності, шукається згода по віднесенню тих або інших технологій до обов'язкових або додаткових розділів. На підставі розробленої моделі, з урахуванням виказаних думок, обґрунтування, експерти закінчують розробку і складають звіт-протокол. Протокол насичується напрямками вирішення проблеми, заходами, готовими для впровадження.

Метод побудови сценаріїв намагається встановити логічну послідовність подій, щоб показати, як, виходячи з існуючої ситуації, може крок за кроком розгортатися майбутній стан корпоративної культури.

Ухвалення рішень з розвитку корпоративної культури на підставі методу «квадрата». Ухвалення рішень експертами про вибір типу корпоративної культури на підставі правила «квадрата» передбачає, що особа, яка ухвалює рішення, випробує дію декількох різнонаправлених, іноді взаємовиключних, чинників, умовно знаходячись усередині геометричної фігури. Ця фігура складається з чотирьох граней, що створюють в проекції квадрат ухвалення рішення: інформаційна грань, грань аналізу і моделювання, грань неспецифічних дій, грань суб'єктно-об'єктних взаємостосунків.

Прямі методи припускають застосування інформації, яку отримано шляхом проведення спеціальних обстежень, опитувань, перевірок та їх аналізу всередині підприємства. Зазначені методи придатні для якнайширшого використання для виявлення розбіжностей між очікуваннями персоналу і затратами на створення корпоративного клімату, а також для характеристики окремих аспектів організації корпоративної культури.

В свою чергу, непрямі методи, засновані переважно на використанні зовнішньої інформації, знань та під впливом чинників впливу зовнішнього середовища. До таких знань та інформації

відносяться методики оцінки, що застосовані на держаних і галузевих нормативних оцінках та стандартах, фінансові та балансові методи (розбіжностей), методи показників зайнятості. Метод розбіжностей (балансовий) заснований на порівнянні взаємопов'язаних показників, що з різних точок зору характеризують досліджуване явище. Відсутність узгодженості та співпадання кількісних показників обумовлює наявність гіпотез про необхідність кількісної поправки. Результати, що одержуються за балансовим методом, залежать від взаємопов'язаних параметрів, що порівнюються. Чим більшим є кількість взаємопов'язаних параметрів, тим вище результат. Балансовий метод успішно реалізується при вузьких та специфічних напрямках досліджень з використанням наявної формалізованої та кількісної інформації. В умовах неповноти точних числових та формалізованих даних застосування балансового методу дуже ускладнюється або є неможливим.

До методів розбіжностей відносять так званий метод «інформаційних потоків» – аналог методу «товарних потоків». Застосування цього методу серед статистиків вважається за неодмінну ознаку високої статистичної культури, він досить широко використовується в багатьох європейських країнах. Сенс застосування зазначеного методу в рамках оцінки корпоративної культури полягає в тому, що інформаційний потік розраховується не для всього підприємства в цілому, а для окремих підрозділів або груп, мета застосування методу – виявлення слабких місць у наявній інформаційній базі та каналах її розподілу.

Серед методів, заснованих на розрахунках показників рівня зайнятості та продуктивності праці персоналу, слід виділити «італійський» метод, розроблений Італійським інститутом статистики (ІСТАТ), який в даний час на невеликих підприємствах вважається найбільш доцільним. Проблемною сферою цього методу є збір достовірних, в тому числі й особистих, даних про персонал. Одна з причин цього – свідоме заниження персоналом показників виробництва з метою ухилення від високих норм продуктивності праці, неохочі контакти при самоаналізі, зменшення контактності та підвищення замкнутості про особисті справи, частковий розголос особистих досягнень – всі ці та інші чинники, на думку персоналу, впливають на конкуренцію працівників у межах підприємства, ускладнюють особисті та професійні стосунки. Проте така інформація важлива для власників, особливо у сферах мотивації персоналу, де потрібні особисті дані, підвищення ефективності виробництва і праці (інформація про професійні здібності та навички), у фінансовій сфері (преміювання за особисті та професійні досягнення), соціальній сфері та інших. Особис-

ті дані про персонал, на відміну від професійних, взагалі важко відстежити, одночасно, як свідчать італійські фахівці, наявність великої кількості інформації про персонал позитивно впливає на діяльність підприємства та його корпоративну культуру.

Сутність здійснюваного ІСТАТ підходу до оцінки корпоративної культури полягає в тому, що дані про персонал, отримані статистиками, порівнюються з відповідними даними підприємства. Отримані дані використовуються для розрахунку певних виробничих показників, а також для встановлення задоволеності персоналу внутрішньою діяльністю підприємства, станом організаційних відносин і культури. Недоліками такого методу є залучення сторонніх фахівців до внутрішньо організаційних справ. Також проблемним є і оплата діяльності сторонніх інтерв'юерів. Незручності є і в тому, що основні відмінності джерел інформації або одержаних даних, навіть по одному підприємству, обумовлені різними одиницями виміру часу спостереження.

Також при оцінці корпоративної культури використовують фінансові методи, що засновані на гіпотезі про використання в організаційних стосунках переважно грошових відношень. Поширеним у світі при оцінці стану корпоративної культури є метод коефіцієнтів, що є зразковим способом визначення динаміки виробництва на основі спостереження за виробництвом та інших непрямих показників, що піддаються достатньо простому обліку для порівняння отриманих даних з офіційними. У ряді випадків цей метод дає добрі результати, так як підприємства з високою корпоративною культурою є більш успішними. Економічні цілі підприємств та його співробітників співпадають, є взаємними і тому персонал працює не тільки на власні, а й на інтереси підприємств. При цьому реалізація власних інтересів, націлених на результат, передбачає тісну співпрацю працівників на всіх рівнях управління, тісний емоційний і професійний зв'язок.

Проте необхідними умовами застосування такого методу є високий розвиток соціальної відповідальності підприємств, ринкових стосунків і адекватні механізми регулювання підприємницької діяльності. Все це необхідно для одержання повної та достовірної інформації про діяльність підприємств та їх структурні компоненти. Однак у сучасних вітчизняних умовах цей метод є непридатним, тому що підприємствам не вигідно показувати реальну ситуацію у фінансовій та інших сферах діяльності. До того ж вітчизняні підприємства не схильні до соціальної діяльності та відповідальності.

На думку Ю.В. Малаховського, адекватні результати може дати використання для оцінки кор-

поративної культури необхідних параметрів відомих непрямих індикаторів. Наприклад, можна розрахувати інтегральний показник, якщо зв'язок між ним і наявною непрямою інформацією легко визначається. Проте між показником, що розраховується, і непрямим індикатором може не існувати функціонального зв'язку. Тому доцільно встановити статистичну кореляцію через моделювання. Моделювання надає опис співвідношення між ними за певний період.

Окрім методів специфічних індикаторів, для оцінки масштабів тіньової економічної діяльності використовують ще три групи методів. Метод оцінки детермінантів передбачає визначення сукупності чинників, що мають вплив на корпоративну культуру. Структурно-логічний метод заснований на використанні інформації про стан складових корпоративної культури. Змішані методи припускають використання методу прихованих змінних, а також сукупності інших методів. Вони використовуються при оцінці різних складових корпоративної культури. Сутність методу прихованих змінних полягає в побудові моделі з великою кількістю детермінантів та індикаторів корпоративної культури. Результати показують, що прямі методи дають достатньо надійні, проте дещо занижені результати. Їх основні недоліки: складність збору даних і навмисне спотворення інформації, отриманої при опитуванні персоналу.

Непрямі методи дуже різноманітні. Деякі з них, особливо фінансові, можуть застосовуватися тільки при повному розвитку грошових стосунків. Крім того, гіпотези, що лежать в основі фінансових методів, до певної міри умовні. Методи, що пов'язані з аналізом ринку праці, характеризуються часовим розривом між подіями та їх вимірюванням. Особливістю непрямих методів є те, що вони, як і методи прихованих змінних, оцінки детермінантів і структурний метод, мають декілька підвищену оцінку корпоративної культури підприємства.

Різноманіття використовуваних у вітчизняній і світовій практиці методів оцінки корпоративної культури свідчить, по-перше, про наявність потреби в оцінці стану корпоративної культури. По-друге, у відсутності єдиної, одностайної або спрямованої оцінки стану корпоративної культури. По-третє, роз'єднаності методик оцінки, інколи неможливості їх поєднання. По-четверте, різні цілі оцінки корпоративної культури. І, нарешті, така різноманітність як оцінок, так і методик, і підходів до оцінки корпоративної культури обумовлює необхідність єдиної методики кількісної та якісної оцінки стану корпоративної культури, а також надійних критеріїв достовірності результатів. Розглянемо основні переваги і недоліки деяких проаналізованих методів і способів оцінки стану корпоративної культури (табл. 1).

Переваги і недоліки деяких методів оцінки стану корпоративної культури

| Позитивні риси | Метод оцінки | Недоліки |
|---|-------------------------|---|
| Наявність чітких регламентованих груп оцінки: стандарти, кодекси, філософія, хартії | Нормативний | Відсутність кількісних оцінок та їх впливу на економічні результати діяльності, не враховані чинники впливу |
| Широке коло критичних питань, конструктивні зауваження, відвертість і точність, достовірність даних оцінки | Конструктивно-критичний | Відсутність системної оцінки, несистематичні дані про необхідність змін |
| Злагоджена точка зору за рішенням проблеми досягається за рахунок консультації з експертами, врахування багатьох чинників | "Делфі" | Тривалий, суб'єктивний, обмежений у кількісних величинах |
| Діагностика міжособових і міжгрупових відносин. Визначення типології культури, соціально-психологічної сумісності персоналу | Соціометричний | Відсутність кількісних показників, що відображають виробничі відносини, чинників впливу на персонал, вузькість напряму оцінки |
| Комплексне ухвалення управлінського рішення, засноване на поетапному використуванні методів експертних оцінок | "Ліпки" | Тривалий, суб'єктивний, обмежений у кількісних величинах |
| Дослідження широкого кола показників, визначення для розрахунку виробничих показників, використання показників для встановлення задоволеності персоналу внутрішньою діяльністю підприємства, станом організаційних відносин | Італійський ІСТАТ | Відсутність урахування чинників впливу. Складність одержання даних, залучення сторонніх фахівців, оплата діяльності сторонніх інтерв'юерів. Різні одиниці виміру, часу спостереження. |
| Виділення сукупності чинників, що визначають корпоративну культуру | Оцінки детермінантів | Відсутність угруповання, нерівнозначна кількість індикаторів з різних напрямів, складність трансформації результатів до єдиного значення |
| Використання інформації про стан складових корпоративної культури | Структурно-логічний | Обмеженість показників, складність трансформації якісних показників у кількісні |

Так, існуючі способи оцінки стану корпоративної культури дозволяють: розробити напрями і систему показників оцінки стану корпоративної культури підприємства; визначити необхідність встановлення коефіцієнтів значущості в залежності від впливу напряму оцінки корпоративної культури; забезпечити врахування впливу чинників на корпоративну культуру; кількісно оцінити стан корпоративної культури; зіставити фактичні витрати на формування корпоративної культури з показниками продуктивності праці; установити комплексні інтегровані показники оцінки стану корпоративної культури та їх вплив на роботу; виявити проблемні сфери і встановити або розвинути відповідні мотиваційні заходи; виявити співвідношення рівня корпоративної культури зі ступенем задоволення від праці працівника.

Однак, при наявності багатьох позитивних властивостей розглянутих способів і підходів до оцінки корпоративної культури та методів оцінки стану корпоративної культури є суттєві недоліки

в них. Такими недоліками є вузькість запропонованих і проаналізованих способів і методик оцінки, неможливість їх поєднання або доповнення та інші, зазначені раніше.

Проте, деякі методики, показники або їх елементи, наприклад, метод ІСТАТ, методи з групи статистичних та фінансових методів, показники запропоновані І. Мажурой, Д. Кампбеллом, Н. Петерсеном та іншими, можуть бути використані для оцінки стану корпоративної культури [4, с. 39].

Специфіка окремих підприємств, нестача достовірного статистичного матеріалу та мета дослідження обумовлюють необхідність у кожному конкретному випадку вибирати адекватний для певної ситуації метод або комбінацію декількох методів для оцінки стану корпоративної культури. Слід також відмітити, що жоден з наведених способів оцінки не дозволяє комплексно оцінити стан корпоративної культури.

Проаналізовані методики дуже різні, що досліджують лише окремі складові корпоративної культури, не можуть бути доповнені або зіставлені внаслідок різних одиниць виміру, тривалості перевірки, кількістю залучених фахівців, цілями і об'єктами перевірки. Тому виникає потреба розробки комплексної оцінки стану корпоративної культури. Комплексна оцінка повинна ґрунтуватися на єдиній одиниці виміру, здійснюватися єдиною командою фахівців у чітких часових рамках. До того ж доцільно сфокусувати увагу не тільки на певних складових корпоративної культури, а й факторах внутрішнього середовища, що її визначають, та факторів зовнішнього середовища, що на неї впливають.

Для ефективного та своєчасного прийняття рішень за результатами проведеного оцінювання корпоративної культури необхідно сформулювати вимоги щодо проведення оцінювання. Саме тому сформульовано базові вихідні вимоги для кількісного оцінювання рівня корпоративної культури, основними з яких є: комплексний підхід до оцінювання (аналіз всіх факторів, що впливають на рівень корпоративної культури); відповідність корпоративної культури місці та стратегії; визначення вагомості кожного показника; виключення мультиколінеарності; врахування основних принципів корпоративної культури; періодичність визначення.

Перш ніж вносити необхідні зміни, сприяючи вдосконаленню корпоративної культури, необхідно провести дослідження корпоративної культури, що вже існує на підприємстві. На кожному підприємстві часто існує своя унікальна корпоративна культура і для того, щоб вжити заходів щодо її поліпшення, потрібно зрозуміти, що в даний момент відбувається на підприємстві.

Аналіз існуючої корпоративної культури проводиться за такими основними напрямками: базові цінності; традиції та символіка; стандарти поведінки, «герої» підприємства; сприйняття бренду. В ході цього етапу аналізуються всі структури. Необхідно виявити основні цінності, які вже сформувалися, і визначити основні цінності в майбутньому. Виявлення «проблемних зон» корпоративної культури – аналіз та виявлення «проблемних зон» корпоративної культури, розробка рекомендацій по їх усуненню.

Експертна оцінка корпоративної культури: заповнення оціночних таблиць, аналіз та статистична обробка даних. Враховуючи специфіку українських підприємств, особливості національної культури та менталітету, автором запропонована анкета для експертної оцінки корпоративної культури.

Спеціальна анкета дозволяє виміряти рівень корпоративної культури. Анкета включає 32 твер-

дження, які дозволяють оцінити ключові аспекти корпоративної культури: інновації, адаптація, конкуренція, інтеграційні процеси, система заохочень, механізми залучення, рівень порозуміння, рівень спілкування, мотиваційні процеси, психологічний клімат, розвиток, взаємодію.

Інформація за параметрами збирається методом анонімного анкетування співробітників, можливе (рідше) і опитування клієнтів. Перед проведенням опитування необхідно визначити, які зрізи інформації необхідні для подальшого аналізу, найбільш застосовні – стать, вік і стаж співробітників, підрозділ, посада. Дослідження триває один-три тижні, а звіти готуються протягом одного-двох тижнів з дня закінчення анкетування і є графічною презентацією результатів опитування по підприємству і за можливими зрізами: зміна корпоративної культури за декілька років, рівень корпоративної культури в порівнянні з підприємствами-конкурентами або підприємствами однієї корпорації. Дане анкетування дозволяє виявити слабкі та сильні місця корпоративної культури, визначити можливі проблеми і вчасно їх усунути, знайти переваги та розвинути їх у подальшій діяльності.

Респондентам пропонується розглянути такі показники корпоративної культури як стадія життєвого циклу, кадрова політика, мотивація, умови праці, система менеджменту, норми та стандарти, інтелектуальний рівень та компетенція, коефіцієнт розвитку персоналу, групова взаємодія, соціальна політика. Кожен з перелічених показників включає декілька критеріїв.

Кожне твердження анкети оцінюється за п'ятибальною шкалою, причому «1» – це мінімальний можливий бал, який означає, що респондент «абсолютно не згоден», «2» – «не згоден», «3» – «важко сказати», «4» – «згоден», «5» – «цілком згоден». Максимальне значення за кожною групою показників становить 50, мінімальне – 5 балів.

Інформаційною базою дослідження є статистичні матеріали Державного комітету статистики України (Статистичні збірки «Праця України», «Україна в цифрах»), Запорізького обласного управління статистики («Праця Запорізької області», «Статистичний щорічник Запорізької області»), національні законодавчі та нормативно-правові акти, матеріали періодичних та Інтернет-видань, оперативні довідки по підприємствам, а також аналітичні розробки автора.

Висновки. Отже, як бачимо, існує багато точок зору щодо визначення підходів до оцінювання корпоративної культури.

Таким чином встановлені групи чинників та напрями їх впливу дозволяють виявити основні напрями розвитку корпоративної культури, елементи механізму її формування, оцінки стану.

Такі напрями оцінки ґрунтуються, по-перше, на обраних чинниках впливу, по-друге, визначених за групами індикаторів впливу. Оцінка чинників впливу дозволить встановити стійкість корпоративної культури до змін, а дослідження індикаторів впливу на корпоративну культуру, за її сферами дозволить встановити її стан.

Література

1. Воронкова А.Э. Система факторов, определяющих состояние корпоративного управления в акционерном обществе / А.Э. Воронкова, Э.Н. Корнев // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №3. – С. 158-198.

2. Корпоративная культура и энергия движения в компании / Материалы конференции [«Бизнес со знаком «+». Роль корпоративной культуры в повышении стоимости компании»] // Корпоративная культура. – 2006. – №1. – С. 17-19.

3. Коржов Г.А. Корпоративная культура и перспективы ее становления в Украине // Материалы юбилейной науч.-метод. конф. – Донецк : ДИУ, 2001. – 295 с.

4. Мажура И.В. Организационная культура как условие формирования эффективной стратегии компании / И.В. Ма-

жура // Вісник Східноукраїнського національного університету. / Луганськ : СДУ. – №1. – 2001. – С. 38-44.

REFERENCES

1. Voronkova, A. (2004). Systema faktorov, opredelaiushchikh sostoianye korporativnoho upravleniyav aktsyonernom obshchestve [System factors that determine the state of corporate governance in the company]. Aktualni problemy ekonomiky. 3. – 158-198 (in Ukr.).

2. Korporativnaia kultura y enerhiya dvyzheniya v kompanyy (2006). Materyaly konferentsyy [«Byznes so znakom «+». Rol korporativnoi kultury v povyshenyy stoymosty kompanyy»]. Korporativnaia kultura. 1. – 17-19.

3. Korzhov H.A. (2001). Korporativnaia kultura y perspektyvy ee stanovleniya v Ukraine [Corporate culture and prospects of its development in Ukraine]. Materyaly yubileinoi nach.-metod.konf. (295). Donetsk : DYU (in Ukr.).

4. Mazhura, Y. 2001. Orhanyzatsyonnaia kultura kak uslovye formirovaniya effektivnoi stratehyy kompanyy [Organizational culture as a condition of the formation of the company's strategy effektivnoy], Visnyk Skhidnoukrainskoho natsyonalnoho universytetu. 1, S.38-44 (in Ukr.).