

Труш М.С., ст. викл.
Державний університет
телекомунікацій

ФЕНОМЕН КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ: ГЕНЕЗА, ЕВОЛЮЦІЯ, ТЕРМІНОЛОГІЧНІ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ

У статті розглянуто феномен корпоративної культури сучасного підприємства. Здійснено реконструкцію поняття корпоративної культури, досліджено його генезу та еволюцію. Розкрито зміст категорії «корпоративна культура». Узагальнено погляди різних науковців щодо її розуміння та систематизовано багатоманітні термінологічні інтерпретації. Здійснено гносеологічну рефлексію існуючих концепцій корпоративної культури сучасного підприємства та визначено її змістовні, структурно-функціональні й типологічні характеристики. Виявлено сутнісні ознаки корпоративної культури та встановлено її взаємозв'язок з організаційною культурою.

Ключові слова: культура, корпоративна культура, організаційна культура, корпоративна культура сучасного підприємства.

Постановка проблеми. Глобальні виклики сьогодення зумовлюють стрімкі, динамічні й непередбачувані зміни в усіх сферах суспільного життя. В умовах глобалізаційних та інтеграційних зрушень у сучасному світі, складного перебігу модернізаційних і трансформаційних процесів, інноваційних детермінант інформаційного розвитку суспільства, формування цивілізованих ринкових відносин, посилення конкуренції та боротьби за світове технічне й економічне лідерство, підприємства змушені постійно еволюціонувати й швидко, вчасно та ефективно реагувати на зміни. Зазначені проблеми вимагають вибору адекватного інструментарію управління, пошуку оптимальних методів, механізмів, технологій управління на засадах корпоративної культури, що мають бути спрямовані на зміцнення інноваційного потенціалу підприємства, підвищення його конкурентоздатності та адаптаційних можливостей. Оскільки у XXI столітті головними чинниками інноваційного розвитку стають знання та культура, то інструментарій управління буде ефективним за умови спрямування його на людський фактор. Сьогодні недостатньо вже керуватись лише технічними, або лише економічними критеріями, оскільки за умов крос-культурної кооперації та швидкого обміну інформацією у суспільстві результативність діяльності підприємств насамперед залежить від інтелектуального потенціалу персоналу і соціокультурних чинників впливу на його поведінку. Трансформаційні процеси в економіці здійснюються людьми, які мають свою систему цінностей, правил і норм поведінки, традицій і моделей господарювання, об'єднаних поняттям корпоративної культури. Корпоративна культура належить до складних матеріально-духовних феноменів, вивчення яких стикається із низкою проблем, що підсилюють зростаючий інтерес до розгляду її як тонко-планового інструменту управління сучасним підприємством.

Аналіз досліджень та публікацій. Корпоративну культуру як одну з ефективних сучасних форм управління почали досліджувати в західній соціально-економічній літературі відносно недавно, якщо розглядати це явище в історичному ракурсі. Піонерами зазначеного напрямку досліджень вважаються Т. Пітерс, Р. Уотермен. До фундації досліджень корпоративної культури були також причетними такі зарубіжні вчені як Р. Акоф, М. Армстронг, Р. Блейк, М. Бурке, М. Вебер, Т. Дейл, Д. Денісон, К. Камерон, А. Кеннеді, Р. Куін, Дж. Лафферт, Дж. Мутон, Дж. Отт, І. Оучі, Р. Харрісон, С. Ханді, Е. Шейн. Істотний внесок у дослідження корпоративної культури зробили І. Ансофф, П. Вейл, Г. Даулінг, Ф. Котлер, А. Маслоу, Б. Мільнер, Р. Рюттенгер, М. Коул, М. Портер, С. Хенді, Г. Саймон.

Дослідженню проблематики корпоративної культури присвячено роботи вітчизняних вчених М. Грачова, Є. Капітонова, Ю. Давидова, Т. Алексєєва, О. Тихомірової, В. Гаєвського, О. Стеклової, В. Кравченко, О. Грішнєвої, Г. Дмитренка, В. Євтушевського, Р. Кричевського, А. Колота, М. Чеплюка, Г. Назарової, Д. Задихайла, А. Воронкової, Т. Кицака, А. Лапіної, Г. Чайки, М. Буковинської, Л. Панченка, С. Пасєки, В. Співака, І. Мажури, І. Петрової, В. Ячменєвої, М. Семикіної, В. Скуратівського, Г. Хаєта, А. Шегди.

Треба відзначити, що незважаючи на досить значну кількість публікацій, присвячених корпоративній культурі, багато аспектів проблематики корпоративної культури й досі залишаються предметом дискусій. Зокрема, на фоні багатоманіття дефініцій та різноманіття термінологічних інтерпретацій все ж відсутнє чітке визначення її змісту і сутності в контексті управління сучасним підприємством на засадах корпоративної культури.

Метою статті є здійснення реконструкції поняття корпоративної культури, узагальнення поглядів різних науковців щодо розуміння її змісту та сутності, систематизація багатоманітних термінологічних інтерпретацій.

Виклад основного матеріалу. У пошуках шляхів підвищення соціально-економічної ефективності сучасних підприємств, чинників їх конкурентоспроможності, адаптивних соціально-економічних механізмів управління і стратегій проактивного розвитку акцентується, частіше за все, на економічних критеріях. До уваги не береться людина; проте, саме вона є суб'єктом господарювання. Від людини, яка працює на підприємстві – від її культури загалом, а також від тієї особливої культури, яку створює колектив людей на підприємстві, багато в чому залежить результат його ефективної роботи. Треба відзначити, що наразі відбувається суттєва переоцінка ролі та значення людського фактора в системі управління підприємством. Працівника розглядають як члена певного співтовариства, соціальної групи, трудового колективу з властивими їм цінностями і правилами поведінки. Ці цінності й цілі під впливом людського фактору створюють корпоративну культуру.

Поняття корпоративної культури є відносно новим. Воно виникло в результаті формування певних історичних, інтелектуальних, соціально-економічних передумов. Сьогодні корпоративну культуру визначають як один з основних чинників успішної діяльності підприємства, як потужний стратегічний інструмент, що дає можливість усебічно мобілізувати сили трудового колективу на виконання відповідних завдань та підвищити ефективність і конкурентоспроможність.

Оскільки проблеми корпоративної культури нові й недостатньо висвітлені як у міжнародному, так і у вітчизняному науковому дискурсі, останнім часом вони дедалі більше привертають увагу науковців.

Якщо керуватись логічними міркуваннями, сутність поняття корпоративної культури можна визначити на основі самого словосполучення, що містить як зміст поняття «культура», так і якісну його ознаку – «корпоративна». Природа словосполучення доволі складна й над її дослідженням працювали представники різних галузей знання.

Тому розкриття сутності корпоративної культури доцільно почати з розгляду і характеристики загальних тенденцій інтеграції наукового знання про культуру взагалі, що формуються на межі багатьох наук: історії, філософії, соціології, психології, політології, економіки, культурології, антропології, етнології, мистецтвознавства, семіотики, лінгвістики, інформатики та ін. Хоч і це зробити доволі непросто, адже треба синтезувати й систематизувати під єдиним кутом зору основні положення цих наук щодо зазначеного поняття.

Культура – явище складне і багатогранне, а чим багатший предмет, що досліджується, тим різноманітнішими можуть бути його визначення. Не претендуючи на характеристику всіх можливих варіантів пояснення поняття культури, обмежимося деяким розглядом становлення його сутності у діалектичному взаємозв'язку з розвитком суспільства.

Поняття «культура» – латинського походження й етимологічно пов'язане зі словами: «культ» (вшанування богів, тобто те, що кличе до вершини, підносить людину) та «культура» (догляд, обробка, розвиток, виховання); у початковому тлумаченні вживалося з

певним доповненням, позначаючи завжди культуру чогось (у відповідності з людськими потребами), наприклад – культуру землеробства. У літературі термін вперше зустрічається у «Тускуланських диспутах» римського політичного діяча, філософа, письменника і оратора Марка Туллія Ціцерона (I ст. до н.е.) у значенні культури мислення, розуму [5, с. 8]. Європейське середньовіччя трансформувало погляд на культуру в «культурність» як цивілізованість. У добу Відродження культурність розглядали як відповідність гуманістичним ідеалам людства; культура виступала як міра співвідношення природного і позаприродного, створеного штучно. Новий світ поширив поняття культури на сферу вдосконалення, виховання людини в суспільстві, на різні прояви соціального життя людства.

У ході тривалої еволюції зміст поняття «культура» трансформувався: до нього поступово увійшли мова, сімейні стосунки, релігія, ремісництво, мистецтво, наука, державне управління. Визначились перші теоретико-методологічні підходи до розуміння культури, які, проте, лише фіксували різні її прояви, але не пояснювали суті: аксіологічний підхід висвічував лише ціннісний аспект явищ культури; антропологічний підхід, охоплюючи ширше коло культурних феноменів, виявився неспроможним розкрити зв'язки між ними.

Класична філософська традиція сутність культури вбачала у сфері морального існування людини (І.Кант) та у прилученні індивіда до світового цілого, що містить у собі як природу, так і історію (Г.Гегель). Ідеї Г.Гегеля переглянув і розвинув в аспекті нового підходу до пояснення культури К.Маркс: розглядаючи розвиток суспільства як зміну суспільно-економічних формацій, зміст яких визначає спосіб виробництва, марксизм, з одного боку, розумів культуру як цілісність духовного та матеріального життя, як досягнутий суспільством рівень історичного розвитку; з іншого ж боку, фактично закріплював віднесення до культури тільки інституцій та цінностей духовної сфери, яка розглядалась поза будь-яким сутнісним зв'язком з іншими сферами суспільного буття. Це суперечливе і непослідовне ставлення до культури рефлексувалось у радянському суспільствознавстві в розробку такої загальної моделі її розуміння, як т.з. діяльнісний підхід, що мав дві орієнтації, спільною методологічною базою яких виступало прагнення пояснити культуру, виходячи з сутності людської діяльності; різниця ж полягала тільки в тому, що одні дослідники розглядали культуру як засіб людської діяльності (В. Е. Давидович, М. С. Каган, Е. С. Маркарян, З. І. Файнбург, В. В. Трушков і ін.), інші – як особливий вид творчості (А. І. Арнольд, Е. А. Баллер, Н.С.Злобін, Л. Н. Коган, В. М. Межуєв і ін.). Разом з тим в Інституті філософії НАН України розроблялась точка зору на культуру як суспільну практику, що виявляє себе у різних видах людської діяльності – господарсько-економічній і соціально-політичній діяльності, мистецтві, наукових дослідженнях (В. Іванов). Ці види діяльності ідентичні для всіх індивідів за своїм основним змістом. Але форми, які приймає у різних людських колективах і спільнотах ця діяльність та її семантична визначеність – інституціональні і варіабельні. Даний підхід виявився плідною спробою подолання суперечностей у витлумаченні культури, розв'язання складної проблеми органічного взаємозв'язку цінностей та діяльності або загального, особливого та одиничного у світогляді людини.

Долучитись до розробки теорії культури, що якнайглибше розкриває її суть, намагались символічна й інформаційно-семіотична концепції культури. Джерелом методологічного підходу, на якому базувались зазначені концепції, стала кантіанська традиція розуміння культури як людського феномену, що отримала свій подальший розвиток у марбурзькій школі неокантіанства. Початковим пунктом інформаційно-семіотичного підходу до культури є теза про те, що в ній утілюються засоби, способи і результати людської діяльності. Весь властивий людині спосіб життя – результат «обертання» засобів у мету. Сама людська діяльність зароджується в процесі антропогенезу спочатку як засіб виживання; але потім поступово перетворюється на мету, заради якої людина живе. Людина колись навчилась діяти, щоб жити; тепер вона живе, щоб діяти. Створюючи культуру, людина відділяється від природи і будує нове, «надприродне» місце існування – культурне середовище, що оточує її з усіх боків. Людство живе як би на межі двох світів – світу

природи і створеного ним світу матеріальної культури, що існує незалежно від нього. Духовна діяльність спочатку виникає як засіб, сприяючий вдосконаленню практичної діяльності з вироблення матеріальних благ; але з розвитком суспільства вона перетворюється на самостійну галузь діяльності, що породжує певні сфери культури.

Новітня наукова інтерпретація культури розглядає її як універсальну категорію, зміст якої трактується різними науками, дослідницькими школами та авторами досить довільно. Очевидно, що вибір методологічних підходів до вивчення культури визначається, у першу чергу, цілями, що стоять перед дослідником, тобто залежить від того, на які питання вони шукають відповіді.

Щодо цілей даної роботи, варто було б наголосити на наступному. Загальне майже для всіх висвітлених підходів щодо розуміння культури полягає в діяльній інтерпретації культури. Треба відзначити, що основні види діяльності за своїм змістом спільні для всього людства і певною мірою «запрограмовані» його біологічною організацією та загальнопланетарним середовищем існування, в якому історично розвивалась як побутова, так і трудова діяльність. Виділяючись із природного світу, люди у процесі соціалізації створювали поступово навколо себе певне культурне середовище: працювали, забезпечували себе продуктами харчування, житлом та одягом, відтворювали самих себе, тобто народжували і виховували дітей, відпочивали тощо. Важливим чинником культуротворення виявилась праця як спосіб створення культурних цінностей. У ході історичного розвитку індустріальний світ на межі третього тисячоліття переходить в постіндустріальний з постеконіомічною системою, що дає поштовх формуванню інформаційного суспільства з постмодерністською культурою, яка поступово перетворюється в продуктивну силу, бо виявляється одночасно і продуктом, і товаром. Змінюється ставлення до праці: вона розглядається не тільки як економічна категорія, але й як творчий процес діяльності людини. У добу постіндустріальної революції виробництво оперує не індиферентною масою, а спирається на людський ресурс – сукупність організованих відносин на базі певної культури. Інноваційні основи розвитку суспільства і нові критерії праці породжують сучасні креативні корпорації і адекватну їм нову форму культури – корпоративну культуру.

Варто зауважити, що як і у випадку з поняттям культури, до сьогодення немає чіткої дефініції корпоративної культури, яка б мала всезагальне визначення і однозначне тлумачення. З позиції методологічної точності наукове тлумачення даного поняття відрізняється складністю і різноманітністю теоретичних підходів. Ця обставина пояснюється існуванням різноманітних світоглядних і методологічних позицій дослідників феномену культури, а також задачами, у рамках яких проводиться дослідження.

Корпоративна культура належить до складних матеріально-духовних феноменів, системних за своєю суттю. Тому розглядати її треба всесторонньо, з позицій різних сфер знання. Як і будь-яка культура, корпоративна культура формується і сприймається людською свідомістю, впливає на почуття, мислення, поведінку людини. Феномен корпоративної культури вимагає усвідомлення і прийняття відповідної позиції з низки проблем, однією із яких є проблема змісту, який вкладається в це поняття. При визначенні сутності корпоративної культури часто використовують історико-генетичні, описові, нормативні, психологічні та функціональні аспекти. Історико-генетичні визначення включають до корпоративної культури комплекс традицій, звичаїв і ритуалів; процеси соціального та культурного наслідування; здатність до розвитку, перетворень і змін. Описові визначення містять перелік елементів корпоративної культури та їх загальні характеристики. Нормативні – акцентують на нормах і зразках поведінки. Психологічні – підкреслюють формування звичок працівників та особливості їх адаптації до організаційного середовища. Функціональні визначення висвітлюють функції корпоративної культури, окреслюють її роль як комплексного механізму регуляції поведінки між працівниками.

Не намагаючись дати точне визначення корпоративної культури, наведемо, однак, деякі інтерпретації поняття корпоративної культури (див. табл. 1) та зробимо певні узагальнення.

Таблиця 1

Теоретичні інтерпретації поняття «корпоративна культура»

Корпоративна культура	<p>Система матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою, притаманних даній корпорації, відображають її індивідуальність і сприймання себе та інших у соціальному та речовинному середовищі, проявляються в поведінці, взаємодії у сприйманні себе й навколишнього середовища [9, с. 27]</p> <p>Система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів і т.д., які склалися в організації або її підрозділах за час діяльності та які приймаються більшістю співробітників [6, с. 32]</p> <p>Система цінностей, правил та норм поведінки в конкретній організації; система взаємин і спілкування людей, що в ній працюють [10, с. 201]</p> <p>Позиції, точки зору і манери поведінки в яких втілені основні цінності [4, с. 18]</p> <p>Специфічна форму існування взаємозалежності системи, яка включає ієрархію цінностей, що домінують серед співробітників організації, та сукупність способів їх реалізації, що переважають у ній на певному етапі розвитку [11, с. 85]</p>
Організаційна культура	<p>Сукупність основних переконань – самостійно сформованих, засвоєних чи розроблених відповідною групою по мірі того, як вона вчиться вирішувати проблеми адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції – які виявились досить ефективними, щоби їх вважали цінними, а тому передаються новим іменам як правильний образ сприйняття, мислення і ставлення до конкретних проблем [3, с. 43-56]</p> <p>Набір цінностей або домінуючих переконань, що визначають пріоритети організації; набір норм поведінки; символи та символічні дії для розвитку і збереження загальних цінностей і норм [1, с. 197]</p> <p>Комплексні базові уявлення, що набуваються групою в процесі зовнішньої адаптації і внутрішньої інтеграції. Це набір прийомів та правил, які оправдали себе в минулому та підтвердили свою актуальність [12, с. 28-31]</p>
Корпоративна організаційна культура	<p>Це характер і особисті якості компанії, що ґрунтуються на досвіді багатьох поколінь співробітників, який дозволяє працівникам фірми певним чином без особливих роздумів реалізовувати місію компанії [7, с. 56]</p>

Можна цілком погодитись зі В. Співаком, який визначає корпоративну культуру як систему матеріальних і духовних цінностей, що взаємодіють між собою й відбивають індивідуальність організації, виявляються в поведінці та спілкуванні працівників між собою й із зовнішнім середовищем [9, с. 27]. Інші автори (Г. Хаєт, Г. Чайка,) розглядають корпоративну культуру як систему базових цінностей, норм, традицій, що забезпечують соціальні зв'язки та впливають на ефективність і конкурентоспроможність підприємства [6, с. 32; 10, с. 201]. Ряд дослідників (Т. Чернишова, Т. Немченко) тлумачать сутність корпоративної культури як специфічну форму існування взаємозалежності системи, яка включає ієрархію цінностей, що домінують серед співробітників організації, та сукупність способів їх реалізації, що переважають у ній на певному етапі розвитку [11, с. 85]. Привертає увагу оригінальне визначення С. Роббінса: корпоративна культура – це спеціальний клей, що допомагає утримувати цілісність організації за рахунок створення власних стандартів мислення й поведінки [8, с. 256].

Треба відзначити, що сьогодні не існує єдиного підходу до трактування поняття «корпоративна культура». Різні науковці для її характеристики часто використовують такі

терміни, як «організаційна культура», «культура підприємства» і т.ін. Аналіз трактувань цих понять дає підставу зрозуміти, що їх сутність переважно тотожна й відповідає поняттю «корпоративна культура».

Висновки. Узагальнюючи наведені теоретичні інтерпретації поняття «корпоративна культура», можемо дійти висновку, що корпоративна культура – це система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, дійових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів, які складаються в організації та приймаються її більшістю. Кожна успішне підприємство має свою корпоративну культуру, що дає йому змогу вирізнятися серед інших, створює атмосферу індивідуальності серед його членів. Корпоративна культура виступає індикатором розвитку та роботи сучасного підприємства. Дедалі більше науковців, які досліджували чинники успіху відомих світових компаній, підкреслюють, що основний секрет полягає у створенні вдалого корпоративного середовища, пронизаного творчим духом та гнучкою філософією управління. Усе це забезпечується позитивним впливом корпоративної культури. Корпоративна культура – важливий фактор підвищення конкурентоспроможної адаптивності, ефективності виробництва та управління.

Список використаної літератури

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. Санкт- Петербург: Питер, 2002. 487с.
2. Апостолук О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2016. №2. С. 68-73.
3. Ипатов С.А. Организационная культура: концептуальные модели и методы диагностики. *Вестник Московского ун-та, арк. 14. Психология*.1997. № 4.
4. Карло Ф. Б. Деловая стратегия : Пер. с англ. / Науч. ред. В.А. Приписнов. Москва: Экономика, 1991. 239 с.
5. Корпоративна культура: навч. посіб. / Г. М. Захарчин [та ін.]; під заг. ред. Г. М. Захарчин. Львів: Новий Світ-2000, 2011. 341 с.
6. Корпоративна культура: навч. посіб. Під заг. редакцією Г.Л. Хаєта. Київ: Центр навч. літератури, 2003. 403 с.
7. Кох Р. Менеджмент и финансы от А до Я. Санкт- Петербург. Питер, 1999. 161 с.
8. Роббинс С. П. Менеджмент / С. П. Роббинс, М. Коултер ; пер. с англ. О. В. Медведь ; 8-е изд. Москва: Издат. дом «Вильямс», 2007. 1056 с.
9. Спивак В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. Санкт- Петербург: Питер, 2001. 352 с.
10. Чайка Г. П. Культура ділового спілкування менеджера : навч.посіб. / Г. П. Чайка. – Київ: Знання, 2005. 442 с.
11. Чернишова Т. О., Немченко Т.А. Деякі аспекти корпоративної культури організації *Наукові праці КНТУ. Економічні науки*. 2010. Вип. 17.
12. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. Санкт- Петербург: Питер, 2002. 336 с.

REFERENCES

1. Aaker, D. (2002). Strategicheskoye rynochnoye upravleniye. [Strategic Market Management]. Sankt- Peterburg. Piter.
2. Apostolyuk, O.(2016) Korporatyvna kul'tura yak instrument efektyvnoho menedzhmentu pidpryyemstva v pidvyshchenni yoho konkurentospromozhnosti. [Corporate Culture as an Instrument for Effective Enterprise Management in Improving Its Competitiveness]. *Ekonomichnyy chasopys Shkhidnoyevropeys'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrayinky*, (2), 68-73.

3. Ipatov, S.A. (1997). Organizatsionnaya kul'tura: kontseptual'nyye modeli i metody diagnostiki [Organizational culture: conceptual models and methods of diagnostics]. *Vestnik Moskovskogo un-ta, ark. 14. Psikhologiya*, (4).
4. Carlo, F. B. (1991). *Delovaya strategiya* [Business strategy]. Moscow: Economics.
5. Zakharchyn H. M. (2011). *Korporatyvna kul'tura* [Corporate culture]. Lviv: New World-2000.
6. Khayet, H.L. (2003). *Korporatyvna kul'tura* [Corporate culture]. Kyiv: Center for Teachers literature.
7. Koch, R. (1999). *Management and finance from A to Z* [Management and Finance from A to Z]. Sankt- Peterburg: Piter.
8. Robbins, S. P., Coletter, M. (2007). [Management]. trans. from English; 8th ed. by O. V. Medved - Moscow: Published. House Williams.
9. Spivak, V.A. (2001). *Korporatyvnaya kul'tura* [Corporate Culture]. Sankt- Peterburg: Piter.
10. Chaika, G.P. (2005). *Kul'tura dilovoho spilkuvannya menedzhera* [Culture of business communication manager]. Kyiv: Znannya.
11. Chernyshova, T.O., Nemchenko T. A. (2010). Deyaki aspekty korporatyvnoyi kul'tury orhanizatsiyi [Some aspects of the corporate culture of the organization] *Scientific works of KNTU. Economic sciences*. (17).
12. Shane, E. (2002). *Organizatsionnaya kul'tura i liderstvo* [Organizational culture and leadership]. Sankt- Peterburg: Piter.

ТРУШ МАРИЯ СЕРГЕЕВНА. ФЕНОМЕН КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ: ГЕНЕЗИС, ЭВОЛЮЦИЯ, ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ. В статье рассмотрен феномен корпоративной культуры современного предприятия. Осуществлена реконструкция понятия корпоративной культуры, исследованы его генезис и эволюция. Раскрыто содержание категории «корпоративная культура». Обобщены взгляды различных ученых относительно ее понимания и систематизированы разнообразные терминологические интерпретации. Осуществлена гносеологическая рефлексия существующих концепций корпоративной культуры и определены ее составляющие элементы и принципы, а также содержательные, структурно-функциональные и типологические характеристики. Выявлено сущностные признаки корпоративной культуры и установлена их взаимосвязь с организационной культурой и культурой организации.

Ключевые слова: культура, корпоративная культура, организационная культура, корпоративная культура современного предприятия.

TRUSH MARIY. THE PHENOMENON OF CORPORATE CULTURE: GENESIS, EVOLUTION, TERMINOLOGICAL INTERPRETATIONS. The article deals with the phenomenon of corporate culture of a modern enterprise. The concept of corporate culture has been reconstructed, its genesis and evolution have been explored. The content of the category "corporate culture" is disclosed. There are generalized views of various scholars about its understanding and systematized various terminological interpretations. An epistemological reflection of existing concepts of corporate culture was carried out and its constituent elements and principles, as well as content, structural-functional and typological characteristics were determined. The essential features of corporate culture are revealed and its connection with organizational culture and culture of the organization is established.

Key words: culture, corporate culture, organizational culture, corporate culture of a modern enterprise.