

УДК 316.77:174-057.87:33:378.4(477.54-25)ХНЕУ
DOI <https://doi.org/10.32840/1992-5786.2023.87.9>

Н. В. Михайлюк

старший викладач кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

В. А. Лук'янова

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри вищої математики
Харківського національного університету радіоелектроніки

Мохамед Ламааши

старший викладач кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

О. В. Корольова

старший викладач кафедри історії та мовознавства
Українського державного університету залізничного транспорту

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ОДИН З ВИДІВ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ

Стаття присвячена одному з актуальних питань сучасної вищої освіти – формуванню професійної культури майбутніх бакалаврів банківської справи. Одним з видів професійної культури є корпоративна культура. В процесі аналізу даної теми були виявлено, що корпоративна культура – це система особистих і колективних цінностей, що приймаються та поділяються всіма членами корпорації та набір прийомів і правил вирішення проблеми зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції працівників. Визначено, що корпоративна культура впливає як на процес управління персоналом, так і на роботу в цілому. Чим вищий рівень корпоративної культури, тим менше персонал має потребу у чіткому регламентуванні діяльності, в директивах, настановах, детальних схемах і докладних інструкціях. Чим вище рівень корпоративної культури, тим вище престиж і конкурентоспроможність підприємства. Аналіз наукових досліджень дав змогу систематизувати поняття «корпоративна культура» в змістовні групи: функціональні, психологічні, описові, історико-генетичні, нормативні. Виявлені складові корпоративної культури: прийнята система лідерства; стилі й механізми вирішення конфліктів; діюча система комунікації; прийнята символіка і гасла, герби, ритуали. Доведено, що джерелами формування корпоративної культури виступають: система особистих цінностей та індивідуально-своєрідних способів їх реалізації; способи, форми та структура організації діяльності, що втілюють деякі цінності, в тому числі й особисті цінності керівників підприємств; уявлення про оптимальну та припустиму модель поведінки співробітника в колективі, що відображає систему внутрішньогрупових цінностей. В результаті дослідження було виявлено, що формування корпоративної культури відбувається чотирма шляхами: довгостроковою практичною діяльністю; діяльністю керівника чи власника; штучним формуванням організаційної культури фахівцями консультативних організацій; природним відбором найкращих норм, правил і стандартів, запропонованих керівником і колективом. Для практичної реалізації теоретичних обґрунтувань був проаналізований Кодекс корпоративної етики акціонерно-комерційного банку «Sense Bank», який представляє собою офіційний документ, що визначає стандарти діяльності банку та ділової поведінки співробітників, а також відповідальність за порушення цих норм.

Ключові слова: корпоративна культура, професійна культура, Кодекс корпоративної етики, модель поведінки в колективі, управління персоналом, система особистих цінностей.

Постановка проблеми. З метою пошуку шляхів удосконалення методів формування професійної культури майбутніх бакалаврів банківської справи науковці досліджують складові професійної культури, теоретично їх обґрунтовують та розробляють педагогічні прийоми формування професійної культури студентів в процесі нав-

чання в закладах вищої освіти. Основи професійної культури повинні бути сформовані у студентів ще під час навчання у закладі вищої освіти, адже соціум потребує фахівців, здатних практично вирішувати поставлені перед ними життєві та професійні проблеми. У зв'язку з цим, особливий акцент робиться в питаннях підготовки бакалаврів

банківської справи на формуванні професійної культури, оскільки діяльність працівника банку вимагає значних моральних, фізичних та інтелектуальних затрат, великої віддачі своїй справі, а також високого рівня сформованості професійної культури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання формування корпоративної культури було об'єктом уваги численних вітчизняних науковців: О. Діякова, А. Гриненко, М. Іщанової, С. Бондаренко, І. Отенко, М. Чепелюка, Н. Беляєвої, Ю. Гапона, С. Пасєка, В. Пономаренко, Т. Колебанової, Н. Кизима та інших. Формування та особливості корпоративної культури розглядалися науковцями з урахуванням професії та підприємств або організацій, де працює фахівець. Але формуванню корпоративної культури фахівців банківських установ не було приділено досить уваги.

Мета статті. Проаналізувати погляди науковців на питання корпоративної культури, систематизувати визначення корпоративної культури в змістовні групи, визначити складові корпоративної культури, джерела та шляхи її формування, розглянути Кодекс корпоративної етики акціонерно-комерційного банку «Sense Bank».

Виклад основного матеріалу. На наш погляд, одним з видів професійної культури, на який слід звернути увагу, це корпоративна культура. Корпоративна культура формується на базі організаційної культури. Вона повною мірою пояснює усі складові управління установою: стратегію, цілі, ринкові ніші, стан продуктивності праці, якості товарів та послуг, відношення до споживачів, конкурентів і т. д.

Термін «корпоративна культура» з'явився у XIX столітті. Із розвитком виробничих відносин, удосконалювався і науковий менеджмент. Уже наприкінці XIX століття вивченням впливу людських взаємин усередині корпорації почали займатися представники Школи людських відносин менеджменту. У другій половині XIX століття почали з'являтися перші більш-менш чіткі визначення культури організації [8, с. 11].

Корпоративна культура впливає як на процес управління персоналом, так і на роботу в цілому. Так, чим вищий рівень корпоративної культури, тим менше персонал має потребу у чіткому регламентуванні діяльності, в директивах, настановах, детальних схемах і докладних інструкціях. До того ж, чим вище рівень корпоративної культури, тим вище престиж і конкурентоспроможність підприємства.

Корпоративна культура у системі управління персоналом підприємства повинна розглядатися як стратегічний інструмент, що дозволяє орієнтувати усі його підрозділи та усіх працівників на спільні цілі, підвищувати ініціативу персоналу,

забезпечувати відданість загальній справі, полегшувати спілкування [6].

Питанням корпоративної культури цікавились численні зарубіжні та вітчизняні науковці, економісти, менеджери, соціологи, психологи, фахівці із загальної культурології та менеджменту, зокрема О. Діяків, А. Гриненко, М. Іщанова, С. Бондаренко, І. Отенко, М. Чепелюк, Г. Хофстеде, І. Майр та інші.

Науковці І. Отенко, М. Чепелюк поєднують термін «корпоративна культура» з терміном «національна культура». Автори вважають, що корпоративна культура ґрунтується на основі цінностей, які притаманні національній культурі як їхня комбінація зі зміщеними акцентами. Дуже рідко вдається створити корпоративну культуру, яка суттєво відрізняється від національної. Своє власне обличчя корпоративна культура набуває не скільки як система цінностей, скільки як управлінське середовище, причому це середовище створене цілеспрямовано певними особами, з набором певних і зрозумілих для них цінностей.

Корпоративна культура створюється у єдності та під впливом прийнятої в організації системи управління як сукупність виробничих практик і внутрішньо організаційних відносин. Корпоративна культура, на відміну від національної, не може бути внутрішньо суперечливою, інакше вона переходить із ресурсів управління у сферу неконтрольованих умов.

Варто також зазначити, що початковий варіант трактування корпоративної культури частково збігається з формулюванням того, яким чином національна культура впливає на діяльність організації та її ефективність, особливо це стосується японських підприємств. Для практичного застосування різних моделей національної корпоративної культури в умовах міжнародного бізнесу необхідно звернути увагу на розподіл країн на групи за ознаками подібності цінностей. Групування країн за принципом спільності культури ґрунтується на припущенні про те, що основні культурні цінності країн, що входять до однієї групи, схожі між собою і поведінка людей має багато спільного. Для менеджерів, які здійснюють міжнародну діяльність, це означає можливість використання наявного в них досвіду роботи у країнах, що входять до однієї групи, кращого розуміння зарубіжних партнерів, більш швидку адаптацію, зведення до мінімуму культурного шоку та інших наслідків переїзду до іншої країни [8, с. 16].

Існує велика кількість інтерпретацій поняття «корпоративна культура», тому прийнято систематизувати ці визначення в змістовні групи.

Функціональні визначення корпоративної культури описують функції корпоративної культури в організації: роль культури як комплексного механізму регуляції поведінки і передачі ціннос-

тей між працівниками організації, а також її соціальною роллю.

Психологічні визначення корпоративної культури описують особливості адаптації працівника до організаційного середовища, формування звичок та навчання працівника.

Описові визначення корпоративної культури включають перелік усіх елементів корпоративної культури – вичерпний список усього, що охоплює корпоративна культура.

Історико-генетичні визначення корпоративної культури включає до цього поняття процесу соціального та культурного наслідування, традицію, здатність корпоративної культури до розвитку та участь працівників в її перетворенні та зміні.

Нормативні визначення корпоративної культури об'єднують в собі ті інтерпретації культури, які орієнтовані на норми і зразки поведінки, загальноприйняті або очікувані схеми вчинків і дій працівників організації [7].

У контексті формування професійної культури майбутніх бакалаврів банківської справи ми вважаємо доцільним погодитися з визначенням цього терміну А. Гриненко, М. Іщанової: «Корпоративна культура – своєрідна система, що включає зовнішні чинники ідентифікації компанії, організацію бізнес-процесів, цінності, переконання, традиції, що спрямовані на досягнення організацією своїх стратегічних цілей, враховуючи потреби та цінності орієнтації працівників та потреби клієнтів» [2].

Корпоративна культура – в основному «невидима» частина організації. Це не применшує її впливу на поведінку співробітників, але ускладнює аналіз і керування нею. Вона може бути детально регламентована документами, можуть бути декларовані лише окремі її принципи і, врешті, вона може існувати без будь-яких письмових правил [7].

Вона визначає принципи та правила внутрішнього життя підприємництва. Культура корпорації може розглядатися як представлення основних цінностей в організаційній структурі, системі управління, кадровій політиці, впливаючи на них.

Корпоративна культура – це сукупність найважливіших положень діяльності підприємства, обумовлених місією та стратегією розвитку, що знаходять своє відображення в соціальних нормах і цінностях, які поділяє більшість працівників. Така культура дозволяє відрізнити одну корпорацію від іншої, генерує прихильність цілям корпорації, створює атмосферу ідентифікованості для членів корпорації, зміцнює соціальну стабільність, є контролюючим механізмом, що направляє і формує відносини та поведінку працівників.

Корпоративна культура є специфічною формою існування взаємозалежної системи, що включає в себе: 1) ієрархію цінностей, що домінує серед співробітників підприємства; 2) сукупність

способів їх реалізації, що переважають в корпорації на певному етапі розвитку.

Виходячи з вище вказаного, корпоративна культура, з одного боку, система особистих і колективних цінностей, що приймаються та поділяються всіма членами корпорації. З іншого боку, під корпоративною культурою розуміють набір прийомів і правил вирішення проблеми зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції працівників, правил, що виправдали себе в минулому та підтвердили свою актуальність сьогодні.

Складовими корпоративної культури є: 1) прийнята система лідерства; 2) стилі й механізми вирішення конфліктів; 3) діюча система комунікації; 4) прийнята символіка і гасла, герби, ритуали [5].

Джерелами формування корпоративної культури виступають [5].

– система особистих цінностей та індивідуально-своєрідних способів їх реалізації;

– способи, форми та структура організації діяльності, що втілюють деякі цінності, в тому числі й особисті цінності керівників підприємств;

– уявлення про оптимальну та припустиму модель поведінки співробітника в колективі, що відображає систему внутрішньогрупових цінностей, що склалися.

Механізм формування корпоративної культури полягає у взаємодії її джерел, які вони визначають, домінуючи в колективі, значення та ієрархію цінностей. Ієрархічна система виділених у такий спосіб цінностей породжує найбільш адекватну сукупність способів їх реалізації, що втілюються у способах діяльності та формують внутрішньогрупові норми та моделі поведінки.

Формування корпоративної культури відбувається чотирма шляхами: 1) довгостроковою практичною діяльністю; 2) діяльністю керівника чи власника (власна культура); 3) штучним формуванням організаційної культури фахівцями консультативних організацій; 4) природним відбором найкращих норм, правил і стандартів, запропонованих керівником і колективом.

В успішно працюючих банківських установах існує власна культура, що допомагає їм у досягненні позитивних результатів. У кожній великій корпорації існує цілий набір правил, норм, принципів гри, згідно з якими окремі групи визначають свою поведінку. При цьому носіями культур цих груп є окремі особистості, що виражають подібні інтереси [5].

Набір правил, норм та принципів, яких мають дотримуватись співробітники підприємства, документально зафіксований в Кодексі корпоративної етики. Цей Кодекс не є трудовим договором, але дотримання норм та правил, викладених у Кодексі, та внутрішніх нормативних документах організації, є обов'язковою умовою для роботи.

Як приклад, розглянемо Кодекс акціонерно-комерційного банку «Sense Bank». При прийнятті на роботу кожен співробітник підписує лист-ознайомлення з Кодексом. Кодекс корпоративної етики банку – це офіційний документ, який визначає стандарти діяльності банку та ділової поведінки співробітників, а також відповідальність за порушення цих норм. Цьому Кодексу зобов'язані слідувати усі співробітники банку, незалежно від стажу роботи, рівня посад, особистих звичок тощо. Цей документ регулює побудову конструктивних взаємовідносин у колективі, вимоги щодо дотримання етичних стандартів у повсякденній діяльності.

Кодекс встановлює:

1. Етичні та професійні стандарти банку та шляхи їх дотримання.

2. Єдині цінності, правила ділової поведінки та етики, спрямовані на підвищення ефективності та культури, фінансової стабільності банку, зміцнення взаємної довіри, взаємної поваги та порядності.

3. Шляхи виявлення і запобігання потенційних ризиків, розв'язання проблем, що мають етичні аспекти.

4. Шляхи підвищення і збереження довіри до банку з боку ділової спільноти, зміцнення репутації відкритого і чесного учасника ринку.

У Кодексі встановлено вимоги до керівників та співробітників банку:

1. Знати правила і принципи Кодексу та дотримуватися їх при виконанні своїх посадових обов'язків та спілкуванні з колегами, клієнтами, контрагентами.

2. Якісно та сумлінно виконувати свої посадові обов'язки та інші завдання, поставлені банком.

3. Використовувати своє службове становище виключно для виконання своїх посадових обов'язків і доручень керівників, наданих на підставі та у межах їх повноважень. При виконанні своїх посадових обов'язків керівники зобов'язані діяти на користь банку та клієнтів і ставити інтереси банку вище власних.

4. Усі співробітники банку повинні уникати конфлікту інтересів та не створювати передумов для його виникнення.

Норми та правила Кодексу регулюють такі питання:

1. Фінансова та статистична звітність.

2. Посадовий злочин, економічний злочин (шахрайство).

3. Політика щодо дотримання культури управління ризиками.

4. Норми щодо запобігання порушенню прав споживачів.

5. Порядок дій керівників та інших працівників для запобігання шкоди майну банку.

6. Заборона використання службового становища керівниками банку та іншими працівниками

банку з метою отримання несправедливих персональних переваг або надання таких переваг третім особам.

7. Норми щодо запобігання корупційним діям та хабарництву.

8. Гарантії рівності відносин між банком та його клієнтами, працівниками, постачальниками та конкурентами.

9. Обмеження щодо дарування та отримання подарунків.

10. Вимоги до прийнятої персональної поведінки працівників банку.

11. Принципи обробки, зберігання та розповсюдження конфіденційної та інсайдерської інформації.

12. Повідомлення про зловживання та не добросовісну поведінку.

Порушення положень цього Кодексу може слугувати підставою для накладення адміністративної, дисциплінарних та інших заходів, аж до припинення трудових відносин, відповідно до чинного законодавства» [4].

Висновки і пропозиції. Отже, корпоративна культура є невід'ємною складовою професійної культури працівників банківських установ. Вона має складну структуру і організацію; допомагає впровадити правила і норми, за підтримки яких створюється професійна атмосфера, здатна підвищити рівень діяльності банківської установи. У перспективі планується вивчення цього аспекту у поєднанні з іншими видами професійної культури та аналіз критеріїв та показників рівня сформованості професійної культури майбутніх бакалаврів банківської справи в освітньому середовищі закладу вищої освіти.

Список використаної літератури:

1. Бондаренко С.М., Бондаренко Б.С., Соколовська К.В. Корпоративна культура організації у системі загального управління якістю TQM. Економіка і суспільство. Мукачів: Мукач. держ. ун-т. 2018. №14. С. 273–278.
2. Гриненко А., Іщанова М. Корпоративна культура соціально-відповідального банку. Україна: аспекти праці. Київ: Кивськ. нац. економ.ун-т ім. В. Гетьмана. 2015. №2. С. 11–17.
3. Діяків О.П. Основні складові формування корпоративної культури в організації. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197225725.pdf>
4. Кодекс корпоративної етики. URL: <https://sensebank.com.ua/upload/Kodeksu.pdf>
5. Корпоративна культура. URL: <https://xreferat.com/60/7369-1-korporativna-kul-tura.html>
6. Корпоративна культура в системі управління персоналом підприємства. URL: https://pidruchniki.com/12980108/menedzhment/korporativna_kultura_sistemi_upravlinnya_personalom_pidpriyemstva

7. Корпоративна культура. Поняття і сутність корпоративної культури. URL: https://pidruchniki.com/1365060652454/menedzhment/korporativna_kultura
8. Отенко І.П., Чепелюк М.І. Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти: монографія. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 243 с.

Mykhailiuk N., Lukyanova V., Mohamed Lamaashi, Koroleva O. Corporate culture as one of the types of professional culture of future banking bachelors

The article is devoted to one of the topical issues of modern higher education – the formation of the professional culture of future banking bachelors. One of the types of professional culture is corporate culture. In the process of analyzing this topic, it was found that corporate culture is a system of personal and collective values accepted and shared by all members of the corporation and a set of methods and rules for solving the problem of external adaptation and internal integration of employees. It was determined that corporate culture affects both the personnel management process and the work as a whole. The higher the level of corporate culture, the less the staff needs clear regulation of activities, directives, instructions, detailed schemes and detailed instructions. The higher the level of corporate culture, the higher the prestige and competitiveness of the enterprise. The analysis of scientific research made it possible to systematize the concept of «corporate culture» into meaningful groups: functional, psychological, descriptive, historical-genetic, normative. Identified components of corporate culture: adopted leadership system; conflict resolution styles and mechanisms; active communication system; adopted symbols and slogans, coats of arms, rituals. It is proven that the sources of formation of corporate culture are: a system of personal values and individually peculiar ways of their implementation; methods, forms and structure of activity organization that embody some values, including personal values of enterprise managers; an idea of the optimal and acceptable model of employee behavior in the team, which reflects the system of intragroup values. As a result of the research, it was found that the formation of corporate culture takes place in four ways: long-term practical activity; activities of the manager or owner; artificial formation of organizational culture by specialists of consulting organizations; natural selection of the best norms, rules and standards proposed by the manager and the team. For the practical implementation of the theoretical justifications, the Code of Corporate Ethics of the Joint-Stock Commercial Bank «Sense Bank» was analyzed, which is an official document that defines the standards of the bank's activity and business behavior of employees, as well as responsibility for violations of these norms.

Key words: corporate culture, professional culture, Code of Corporate Ethics, model of team behavior, personnel management, system of personal values.