

які спрямовані на відтворення національного людського капіталу.

Література:

1. Разумовський С. О. Маркетинг фізичної культури як елемент соціальної сфери суспільства (соціально-філософський аналіз). Слобожанський науково-спортивний вісник. 2013. №2. С. 199-203.

2. Самодай В. Актуальні питання щодо впровадження маркетингу у сферу фізичної культури і спорту. Молода спортивна наука України. 2013. Т 4. С. 158-165.

3. Перхайло Н. Маркетинг організацій сфери спорту: актуальність та цільові аудиторії взаємодії. Матеріали ІХ Всеукраїнської студентської науково - технічної конференції "Природничі та гуманітарні науки. актуальні питання". URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/16415/2/Conf_2016v2_Perkhailo_N-Marketing_organizations_63-64.pdf (дата звернення 20.04.2020).

4. Муштай В.А., Бересток Б.П. Формування та оцінка ефективної системи управління маркетинговою діяльністю підприємства сфери послуг. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 2 (19). 2019. С. 183-189.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ КОМПАНІЇ НА ОСНОВІ ДАНИХ ДОСЛІДЖЕННЯ MIT SMR / GLASSDOOR CULTURE 500

Шкода Т.Н., д.е.н., доцент,

Верба П.В., магістрант,

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Корпоративна культура має велике значення для результативності діяльності корпорацій. Сьогодні зростає кількість досліджень [1; 2; 3; 4; 6], що вказують на кореляцію між позитивною корпоративною культурою та кращими фінансовими результатами, інноваціями, та задоволенням клієнтів. Проте корпоративну культуру досить важко

визначити та виміряти. Відповідно, метою цього дослідження є порівняльний аналіз корпоративної культури компанії на основі даних дослідження MIT SMR / Glassdoor Culture 500.

Команда дослідників зі школи менеджмента Слоуна (Sloan School of Management) при MIT під керівництвом Дональда Салла (Donald Sull) проаналізувала 1.2 мільйона відгуків співробітників про роботодавців на платформі Glassdoor за допомогою штучного інтелекту та алгоритмів обробки природної мови (natural language processing), за допомогою процесу, що був автоматизований через машинне навчання (machine learning), за підтримкою компанії CultureX [6].

Culture 500 може порівнювати якість корпоративних культур між різними індустріями. На основі цих даних була виміряна якість, та зроблені висновки про корпоративну культуру проаналізованих компаній, що колективно винаймають 34 мільйона людей, тобто $\frac{1}{4}$ приватного сектору США. Середня компанія мала 2,182 відгуки, або відгуки 4% від її загального числа працівників, що можна порівняти з охопленням сучасних соціологічних опитувань. Таким чином, після залучення експертної допомоги в обробці та інтерпретації цих даних був складений індекс MIT SMR/Glassdoor Culture 500, результати якого були презентовані на інтерактивному сайті [4], де можливо побачити топ-5 в кожній категорії. *Таким чином, вирішується проблема квантифікації цих даних.*

Модель компанії CultureX виходить з припущення, що корпоративну культуру можна визначити як набір цінностей, що є глибоко вкоріненими, широко поділяються, та впливають на щоденну поведінку. Згідно з визначенням запропонованим Harvard Business Review [3], корпоративна культура може бути поділена на: візію, цінності, практики, нарратив, та місце. Можна порівняти цю спробу систематизації з академічною моделлю запропонованою для виконання цього завдання [2]: 1) Взаємозв'язок корпоративної

культури та КСВ; 2) Функції корпоративної культури (Інтеграція підприємства, Інформаційний обмін, Адаптація до зовнішнього середовища, Підтримка мотивації та лояльності); 3) Структура корпоративної культури (Домінантні цінності, Філософія, Норми, Форми поведінки, Правила, Організаційний клімат, Корпоративний кодекс); 4) Принципи соціальної відповідальності; 5) Структура корпоративного кодексу

Таким чином, можна дійти висновків щодо достатньої подібності наведених моделей корпоративної культури, та використати результати CultureX для пошуку відповіді на поставлене для аналізу питання.

Glassdoor рекомендується використати як джерело даних, які кодифікувати за допомогою Machine Learning за допомогою моделі, що виходить із дев'яти цінностей Big 9 [4].

За допомогою такого підходу можливий аналіз корпоративної культури компанії, що котируються на біржі, але не оприлюднюють звітність про соціальну відповідальність. Зокрема, такою компанією є SpaceX, що була обрана як ціль цього аналізу, та за моделлю Big 9 має наступні показники, відносно до інших компаній аерокосмічної індустрії США, за даними аналізу 1,145 відгуків [4], у порівнянні з компаніями Amazon, Tesla та материнського холдінга Google, де інші компанії порівнюються відповідно до їх індустрій:

Окрім потенційних наукових переваг цього підходу відносно квантифікації даних цієї донині якісної галузі, консалтингова фірма в галузі задоволення співробітників PublicRelay робить наступні висновки про практичну цінність цього метода [5]:

1 – Сайти відгуків працівників містять масу неопрацьованих даних про корпоративну культуру;

2 – Відгуки співробітників можуть коректно відображати культуру працівників компанії;

3 – Огляд корпоративної культури може коректно прогнозувати здоров'я компанії.

Отже, проведений порівняльний аналіз корпоративної культури компанії на основі даних дослідження MIT SMR / Glassdoor Culture 500 дозволив дійти висновків не лише про наукову та практичну цінність цього методу у сфері корпоративної культури, але й рекомендувати його до використання при аналізі соціальної відповідальності компанії.

Література:

1. Жаворонкова Г.В., Шкода Т.Н. Корпоративна культура як інструмент ефективного управління персоналом. Вісник ХНУ. 2012. № 3. Т. 3 (188). С. 179-183.

2. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / А. М. Колод, О. А. Грішнова, О. Г. Брінцева та ін.; за наук. ред. А. М. Колода ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ "Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана". К. : КНЕУ. 2012. 501 с.

3. Coleman, J. Six Components of a Great Corporate Culture. Harvard Business Review, 06 May 2013. Retrieved from <https://hbr.org/2013/05/six-components-of-culture>

4. MITSloan Management Review The Big 9 Cultural Values. 2020. Retrieved from <https://sloanreview.mit.edu/culture500>

5. PublicRelay Improve your Company Culture with Employee Reviews: 3 Takeaways from MIT SMR/Glassdoor Culture 500 Report. 2020. Retrieved from <https://www.publicrelay.com/blog/improve-company-culture-mit-study/>

6. Sull, D., Sull, Ch. & Chamberlain, A. Measuring Culture in Leading Companies. 2019. Retrieved from <https://www.glassdoor.com/research/app/uploads/sites/2/2019/06/Measuring-Culture-Final-2.pdf>