

ВИЗНАЧЕННЯ І СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СУЧАСНОМУ УПРАВЛІННІ

DEFINITION AND SATISFACTION OF CORPORATE CULTURE IN MODERN GOVERNMENT

Андросова О.Ф.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Запорізький національний технічний університет

Досліджено особливості корпоративної культури, виявлено напрями, за якими велось вивчення, найважливіші компоненти. Визначено управління корпоративною культурою як процес взаємопов'язаних дій, який включає функції управління, принципи управління, інструменти забезпечення ефективного розвитку підприємства та направлений на психологічну активність організації.

Ключові слова: корпоративна культура, організаційна культура, світове дерево пізнань, корпорація, ідеологія управління, організаційна поведінка, філософія бізнесу, система мотивації, управління корпоративною культурою, корпоративна філософія.

Исследованы особенности корпоративной культуры, выявлены направления, по которым велось изучение, важнейшие компоненты. Представлено управление корпоративной культурой как процесс взаимосвязанных действий, который включает функции управления, принципы управления, инструменты обеспечения эффективного развития предприятия и направленный на психологическую активность организации.

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная культура, мировое дерево знаний, корпорация, идеология управления, организационное поведение, философия бизнеса, система мотивации, управление корпоративной культурой, корпоративная философия.

The peculiarities of corporate culture were explored, the directions on which the study was conducted, the most important components were revealed. The management of corporate culture is defined as a process of interrelated actions, which includes management functions, management principles, tools for ensuring the effective development of the enterprise and aimed at the psychological activity of the organization.

Keywords: corporate culture, organizational culture, world of knowledge, corporation, management ideology, organizational behavior, business philosophy, motivation system, corporate culture management, corporate philosophy.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку управління ефективністю діяльності організацій, підприємств, установ багато в чому визначається рівнем розвитку корпоративного управління та корпоративної культури. Передові вітчизняні організації лише розпочали формувати власну корпоративну культуру в системі управління, яка ґрунтується на кодексах етичної та корпоративної поведінки.

Проблематика корпоративної культури багатогранна, відносно нова для нашого суспільства й недостатньо досліджена наукою. У зв'язку з тим, що корпоративна культура перебуває на "перетині" менеджменту, психології, культурології, педагогіки, соціології, філософії та ін., вона потребує комплексних наукових досліджень на засадах системного підходу за участю фахівців різного профілю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концепція корпоративної культури почала структурно та змістовно формуватись у 80-х роках

XX ст. у США під впливом трьох наукових напрямів: стратегічного менеджменту, теорії організації та організаційної поведінки.

Корпоративну культуру, як одну з ефективних сучасних форм управління досліджують у західній економічній літературі, починаючи з 1980-х років. Першими дослідниками в цьому напрямі були Т. Пітерс, Р. Уотермен [1]. Великий внесок у дослідження цих проблем зробили І. Ансофф, М. Армстронг, П. Вейл, М. Грачов, Г. Даулінг, К. Камерон, Є. Капітонов, Ф. Котлер, Р. Кричевський, А. Маслоу, Б. Мільнер, Р. Рюттенгер, Г. Саймон, В. Співак [3], В. Шепель, А. Пригожин та ін.

В Україні навіть в останні десятиліття корпоративна культура не завжди розглядалася як сфера, що заслуговує на пильну увагу. Однак важливість зазначеної проблеми зростає, зокрема внаслідок глобальних змін, коли збут продукції та надання послуг стали значно складнішими за виробництво, поява нової практики

управління почала випереджати теорію. У процесі соціально-економічних реформ в Україні корпоративна культура поступово починає впроваджуватися у вітчизняний соціально-економічний простір.

Постановка завдання. Вагомі успіхи щодо розвитку та основних показників діяльності підприємств, установ та організацій в умовах трансформації економіки і соціальної сфери України визначають для держави можливість поступового її входження у світове співтовариство, інтеграцію в європейські структури. Така інтеграція можлива за умови розв'язання пріоритетних проблем корпоративного менеджменту, формування належного рівня корпоративної культури на всіх рівнях управління.

Виклад основного матеріалу. Організація – живий організм. Втручання в одну її частину може відобразитися на всіх інших. Тому необхідно ретельно планувати всі процеси при здійсненні управління. Ефективне створення організації неможливе без врахування чинника лідерства: «сильні керівники – сильна культура». Спочатку поведінка керівників визначає і формує корпоративну культуру, а потім корпоративна культура організації визначає поведінку її співробітників.

Корпоративна культура належить до класу явищ, які мають багатоаспектне тлумачення, різні варіанти визначення, що на перший погляд, надають їй різного сутнісного характеру.

Спіраючись на логічне міркуваннями, характеристику корпоративної культури можна виводити на основі самого словосполучення, що містить як зміст поняття "культура", так і якісну ознаку – "корпоративна". Природа словосполучення доволі складна й над її дослідженням працювали представники різних сфер знання й світосприйняття: філософи, культурологи, психологи, лінгвісти, менеджери, соціологи.

Поняття культура вперше запропонував римський оратор Марк Тулій Цицерон для різного профілю.

Причини появи інтересу до корпоративної культури за кордоном на початку 1980-х рр. [7, с. 20-26] тому, що:

1. Відбулися зміни в зовнішньому середовищі організацій:

– екологічне середовище: забруднення навколишнього середовища;

– науково-технічне оточення: обмеження технічних можливостей у вирішенні проблем, пов'язаних з харчуванням, зростанням безробіття тощо;

– соціальне середовище: мотиваційний криза і втрата сенсу життя.

2. Дані зміни в зовнішньому середовищі призвели до відповідних змін внутрішньо організаційного середовища:

– недолік ідентифікації працівника з організацією;

– синдром недовіри між керівником і підлеглим.

Виходячи з цього, були сформульовані наступні завдання для управління:

– відповідальність перед суспільством, у тому числі й етична;

– формування «Ми – почуття»;

– облік в управлінні якісних психологічних складових.

Вирішення зазначених завдань спричинило формування концепції корпоративних культур і зростання інтересу до даного феномену.

Подальші дослідження в цій сфері показали, що політика всіх успішних компаній обов'язково включає в себе уявлення про корпоративну культуру, як запоруку успіху організації.

Дослідженню особливостей корпоративної культури в багатьох країнах приділяється достатньо уваги, що досить важливо для пошуку можливостей застосування теоретичних і прикладних розробок у формуванні корпоративної культури в межах національної економіки в цілому та в державній службі зокрема.

Аналіз літературних джерел показує, що організаційна культура розглядалася з позицій різних наукових дисциплін. Узагальнивши дослідження, можна виділити кілька напрямів, зокрема управлінський, економічний, етнокультурний, психологічний, та критерії, за якими в контексті кожного напрямку велось вивчення організаційної культури.

Кожен із напрямів за визначеними критеріями висвітлює основний чинник формування та особистісний фактор організаційної культури [5, с. 84], а також її основну функцію і, відповідно до них, досліджує це явище. Слід зазначити, що серед них управлінському напрямку належить ключова роль.

Наука управління актуалізувала вивчення організаційної культури, що дозволило надалі всебічно розглядати цей феномен (табл. 1) [2, с. 12-13].

Культура організації впливає на представлення основних цінностей в організаційній структурі, системі управління, кадровій політиці.

Термін "культура" походить від латинського "cultura", що в перекладі означає догляд, освіта, виховання, розвиток. У давньому Римі воно вживалося в значенні "обробіток землі для забезпечення її родючості".

Духовний розвиток людини, її здатність до самовдосконалення античні мислителі вважали справою такою ж важливою, як і розвиток агрокультури або інших промислових сфер суспільства. Тому за Цицероном, філософія є культурою, що як і землеробство, обробляє розум для кращого плодоношення – тобто вироблення думок [2, с. 14-15].

Важливо також відмітити, що існує тісний етимологічний зв'язок між поняттям культури і поняттям культу. Останній у перекладі з латинської "colere" – теж означає вирощувати, обробляти, планувати або "cultus" – вирощування, оброблення, планування, догляд. У греків і римлян – сукупність обрядів шанування яко-

їсь держави, Бога чи людини з метою здобути прихильність (благословення) і отримати допомогу чи вшанувати чиюсь пам'ять. Культ предків у Єгипті, культ батька у Китаї та Японії, культ Сонця в Київській Русі були важливими елементами культури народів цих країн [8, с. 32].

Глибинне значення слова "культура" стосується двох основних видів діяльності: матеріальної й духовної. Перша – це діяльність, пов'язана щодо перетворення природи на благо людини (землеробство), друга – діяльність для вдосконалення духовних сил людини, її розуму й системи думання (філософія).

Культура – багатогранне явище як за своїми характеристиками, так і за формами функціонування, тому не дивно, що у сучасній науці існує понад 200 визначень культури.

Якщо провести типологію визначень поняття "культура", які ґрунтуються на різноманітних методологічних підходах, то головними із них будуть такі:

- описові визначення, які намагаються кількісно охопити те, що охоплює культура;
- історичні визначення, у яких акцент робиться на процесі спадкоємності, традиції, трансляції культурної спадщини від покоління до покоління;

- нормативні визначення, орієнтовані на певні ідеї, духовні практики;

- психологічні визначення, у яких акцент робиться або на процесі адаптації до середовища існування, процесі навчання, або на формуванні навичок;

- структурні визначення, у яких домінують структурні організації культури;

- генетичні визначення, у яких культура визначається з позицій її походження,

- генезису.

Аналізуючи все сказане, можна стверджувати, що підходи до вивчення культури як соціального явища представлені двома головними напрямками.

Перший – філософський, з позицій якого розглядається сутність культури як універсальної властивості суспільства. Визначальними чинниками культури є цінності. Основними недоліками такого підходу є те, що основна увага дослідників приділялась духовному аспекту, але при цьому, нехтувався матеріальний складник культури;

Другий – діяльнісний підхід, який дав змогу створити різні моделі культури як цілісної системи, виділяючи такі пріоритети:

- представлення культури, як процесу творчої діяльності, у межах якої відбувається не

Таблиця 1

Напрями і критерії вивчення організаційної культури

Напрями	Критерії		
	Функція організаційної культури (ОК)	Основний чинник формування організаційної культури	Особистісний фактор організаційної культури
Управлінський	ОК – як інноваційний і антикризовий внутрішній фактор стратегічного управління організацією, узагальнена характеристика рівня її розвитку: структури, цілей, формальних і неформальних комунікацій, способів прийняття рішень, делегування повноважень	Керівник – лідер, місія організації	Культура управління
Економічний	ОК – як фактор підвищення продуктивності праці, конкурентоспроможності, впровадження нових технологій, адаптація до ринкових умов, організації виробництва	Ринок, прибуток	Культура праці
Етнокультурний	ОК – як фактор взаємозв'язку культурно-національних особливостей і ефективності діяльності організації	Етнос, ідеологія, політика	Менталітет співробітників
Психологічний	ОК – як фактор впливу на ПІДСВІДОМІСТЬ І СВІДОМІСТЬ співробітників, сукупність психологічних параметрів, що характеризують групову діяльність людей в межах одного колективу відповідно до мети організації	Загальнолюдські і професійні цінності, цілі, норми, правила, кодекс поведінки, почуття, переконання установки, міжособистісні стосунки, уявлення про способи управління і спільної діяльності	Психологічна культура, соціально-психологічний клімат

лише духовне збагачення суспільства новими цінностями, але й саме творення людини як суб'єкта культурно-історичного процесу;

– розгляд культури як специфічного способу людської діяльності, що забезпечує збереження й відтворення цивілізації в умовах мінливості навколишнього світу;

– визначення культури як суспільної практики, способу буття людини.

Загальною методологічною базою діяльнісного підходу виступає прагнення пояснити культуру, виходячи із сутності людської діяльності. Відмінність полягає в тому, що для одних дослідників культура – це засіб людської діяльності, для інших – особливий вид творчості. Діяльнісний підхід виявляє всезагальні сутнісні риси культури як соціальної реальності. Він також є методологічною основою для дослідження, як локальних культур, так і тих типів культури, які історично склалися.

У змістовній характеристиці культури діяльнісний підхід містить продуктивний імпульс, так як соціально-економічна сфера життєдіяльності суб'єкта насичена активною, цілеспрямованою, перетворювальною діяльністю, реалізовувати яку допомагає саме культурна субстанція. Такий діяльнісний підхід до аналізу культури дозволяє зрозуміти її як спосіб відтворення, регуляції, збереження в майбутньому, а також подальшого розвитку соціально-економічної сфери життєдіяльності суб'єкта. Тільки завдяки діяльнісному підходу, культура є своєрідним координаційно-відтворювальним принципом зв'язку суб'єкта зі світом і способом його входження в суспільне життя. Культура твориться людиною і вона сама творить людину, тобто, культура є своєрідним внутрішнім суб'єктивно-творчим актом.

Культура віддзеркалює багатогранність людського досвіду, зберігає й передає новим поколінням знання, традиції, матеріальні й духовні цінності.

Культура – це спосіб і наслідок людської діяльності, що відтворює особисте й суспільне буття в усіх його проявах. Отже, культура проявляє себе насамперед у всьому, що гарантує життєдіяльність людини. Це особливо важливо в умовах, коли суспільний характер діяльності людини став проявлятися в універсальних формах.

Тобто, культуру можна віднести до найуніверсальніших характеристик світу людини і відношення людини до світу.

Відповідно до сфери життєдіяльності суспільства виділяють такі основні види культури, як: матеріальну (економічну), соціальну, духовну, політичну, інформаційну, технологічну та інші.

З поміж названих видів культур особливі важливими є: матеріальна, соціальна та духовна культури.

Матеріальною культурою вважається все, що відноситься до взаємостосунків людини з довкіллям, задоволення її потреб, забезпечення подальшого існування, технологічної

сторони життя. Під соціальною культурою розуміється відношення людей один до одного, система статусів і соціальних інститутів. Духовна культура – це суб'єктивні аспекти життя, ідеї, установки, цінності й способи поведінки, що орієнтуються на них.

В культурі, як і в усякому явищі, можна виділити її зміст, форму і носія, або суб'єкта. Це дозволяє трактувати її як етнічно специфічну парадигму життєтворення, яка, акумулюючи в матеріальних і духовних цінностях, знакових системах певні знання, значення, творчі здібності й уміння народу, виступає особливим, щодо інших, способом буття певного етносу. Тому культуру можна зрозуміти через спосіб буття того чи іншого народу, який, як його життєвий досвід передається з покоління в покоління. Життєвий досвід – це актуальне буття культури через людину, тому в цьому контексті можна говорити про культуру етнонаціонального буття, яка присутня в усіх сферах соціальної діяльності й системах регуляції.

Культура є системою переконань. З цієї точки зору ідеї культури відрізняються від ідеї науки: останні людина знає, а в перші вона вірить, вона живе ними. Відокремлює культуру від науки і природа їх істини: істини науки анонімні, вони існують об'єктивно, окремо від людини. Істини культури набувають сенсу тільки тоді, коли стають частиною її життєдіяльності.

У відповідності до поширених уявлень про культуру Нового часу серед західних соціологів, її поділяють на етапи: "масова культура", "постмодерністська культура (з 60-х рр..). Масова культура пов'язана з потребами серійного індустріального конвеєра, коли виробництво та уніфікація робочої сили зумовили уніфікацію смаків на ринку споживання. Масова культура має негативні риси, оскільки сприяє нівелюванню етнічних, національних і релігійних культурних особливостей.

Постмодерністська культура пов'язана з переходом до сучасного "інформаційного суспільства", вона перетворюється в продуктивну силу, бо стає одночасно і продуктом, і товаром.

У культурі можна виділити низку найважливіших компонентів, зокрема: суб'єкт культури; людську діяльність; культурну предметність; комунікації між людьми, зумовлені реалізацією основної функції культури – засвоєння духовного досвіду покоління.

Важливим чинником культуротворення є праця як спосіб створення культурних цінностей. Звідси витікає ставлення до праці не тільки як до економічної категорії, але й як до творчого процесу діяльності із характером людини, традиціями, звичаями.

Категорія "праця" із її похідними – розподіл праці, споживання, організація праці, відношення до праці, тощо є стрижневими при висвітленні сутнісного поняття корпоративної культури.

Світове дерево пізнань (тлумачень)
наукової думки про корпоративну культуру

Іноземна гілка наукової думки

Корпоративна організаційна культура - 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. Кох Р. Менеджмент и финансы от А до Я. СПб. Питер, 1999, с. 161.

Корпоративна культура - це система матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою і властиві даній корпорації, які відображають її індивідуальність та сприйняття себе й інших у соціальному і речовому середовищі, яка проявляється в поведінці, взаємодії, сприйнятті себе й оточуючого середовища. Скрипчинова І.В. Корпоративная культура фирмы как объект организационного консультирования / И.В. Скрипчинова // www.Kodra і K/ru

Корпоративна культура - це система матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою, пригнаних даній корпорації, відображають її індивідуальність і сприйняття себе та інших у соціальному та речовинному середовищі, проявляються в поведінці, взаємодії у сприйнятті себе й навколишнього середовища. Сливак В.О. Корпоративная культура. - СПб: Питер, 2001. - с. 352 с.

Корпоративна культура - домінуюча система спільних цінностей певної спільноти людей, яка визначає зміст її цілеправленої діяльності. Кузьмінюк С.В. Управление КК организации с учетом национальных факторов. Автореферат диссертации на соискание ученой степени к.э.н. - Москва, 2003 -26 с.

Корпоративна культура - позиції, точки зору і мапери поведінки в яких втілені основні цінності. Карло Ф.Б. Деловая стратегия : Пер. с англ. / Шауч, ред. В.А. Пришвинов. - М.: Экономика, 1991. - 239 с.

Організаційна культура - це сукупність традицій, цінностей, політик, переконань, моделей комунікацій та поведінки, сприйняття психологічного контакту. Маллиніз Л. Менеджмент и организационное поведение. Мир "Новое знание" 2003. - с. 909.

Організаційна культура - це набір цінностей або домінуючих переконань, що визначають пріоритети організації; набір норм поведінки; символи та символічні дії для розвитку і збереження загальних цінностей і норм. Акер Д. Стратегическое рыночное управление. СПб. "Питер", 2002. -с. 487.

Українська гілка наукової думки

Корпоративна культура - це сукупність певних норм і цінностей, які повинні відповідати стратегії і зовнішньому середовищу організації. Соловйова Р.Л., Беляев Є.Ю. "Корпоративна культура" / Корпоративна культура XXI століття: 36 наукових праць / Під заг. ред. Г.Л. Хагста. Краматорськ, ДЦМА, 2005 -100 с.

Корпоративна культура - система цінностей, переконань, вірувань, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів і т.д., які склалася в організації або її підрозділах за час діяльності та які приймаються більшістю співробітників. Корпоративна культура: Навч. посібник Під заг. Редакцією Г.Л. Хагста. - Київ: Центр навч. літератури, 2003. - 403 с.

Культура корпорації - це поведінка працівників організації, їхні переконання і цінності, традиції, рівень взаємодій між менеджерами і працівниками, між компанією, її клієнтами і постачальниками. О.В. Рудніська, С.А. Яромін, І.О. Молодцова Менеджмент. - Київ, Ельга - Ніка - Центр, - 2002 Р.

Організаційна культура - система організації праці, яка утворюється і реалізується з метою ефективного використання наявних трудових ресурсів, які діють на основі встановлених правил і процедур внутрішнього розпорядку підприємства з метою виконання поточних виробничих завдань, конкурентоспроможності підприємства, виробленої продукції, задоволення потреб і інтересів та максимізації прибутку. Жовнір Н.М. "Управління організаційною і інноваційною культурою в системі регіонального розвитку" /Економіка і регіони №1(2)- 2004 - ПНТ9, с. - 45-47.

Організаційна культура - сукупність норм, умов і цінностей, обраних, створених і тих, що поділяються колективом, з метою внутрішньої інтеграції та адаптації для зовнішнього середовища. Управління людськими ресурсами і філософські засади. Навч. посібник під ред. В.Г. Воронкової. -К: ВО "Професіонал", 2006. - 576 с.

Корпоративна культура - Складна та багатовекторна система цінностей, переконань, ділових принципів, норм поведінки, традицій, що стає важливим нематеріальним ресурсом підприємства, оскільки забезпечує соціальні зв'язки, комунікативно-інформаційне спілкування, гармонізує відносини між роботодавцями і найманими працівниками і таким чином суттєво впливає на ефективність та конкурентоспроможність підприємства. Кишак Т.І. Формування корпоративної культури в процесі розвитку соціально-трудових відносин на підприємстві. Автореф. дис. кандидатка екон. наук. Київський національний університет ім. Т. Шевченка. -Київ, 2008. -20 с.

Культура підприємництва - Це система правил і норм діяльності, звичаїв та традицій, ритуалів, церемоній, які складаються на підприємстві протягом тривалого часу, особливостей поведінки працівників даного підприємства, майстерність спілкування, стиль управління лідера, комунікаційні зв'язки у середній підприємстві, так і у взаємозв'язку з іншими підприємницькими структурами.

Рис. 1. Світове дерево пізнань (тлумачень) наукової думки про корпоративну культуру (розроблено автором)

Світове дерево пізнань (тлумачень) наукової думки про корпоративну культуру

Іноземна гілка наукової думки

Організаційна культура - Це сукупність основних переконань - самостійно сформованих, завсесних 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 правдивий образ сирійняття, мислення і ставлення до конкретних проблем. Игатов С.А. Организационная культура: концептуальные модели и методы диал-ности // С.А. Игатов // Вестник Московского ун- та, арх. 14. Психология. - 1997. № 4.

Організаційна культура - Цілісне уявлення про цілі і цінності, властиві організації, специфічні принципи поведінки і способи реалізації. Базаров Т.Ю. Управление персоналом: Учебник для вузов. / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремнина М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.

Організаційна культура - 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. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. СПб: Питер, 2002. -336 с.

Організаційна культура - Атмосфера чи соціальний клімат в організації. М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хелуорн, Основы менеджмента, пер. с англ. - М.: Дело, 1992. -702 с.

Організаційна культура - Складна композиція важливих припущень, які беззастрешо приймають і розділяють члени групи чи організації. Вахинский О. С., Пауменов А. И. Менеджмент. Учебник. -М.; 1998.

Корпоративна культура - Позиції, точки зору і манери поведінки в яких втілені основні цінності. Карло Ф.Б. Делюая стратегия : Пер. с англ. / Науч. ред. В.А. Прилисенко. - М.: Экономика, 1991. - 239 с.

Українська гілка наукової думки

Культура підприємства - Це система правил і норм діяльності, звичаїв та традицій, ритуалів, церемоній, які складаються на підприємстві протягом тривалого часу, особливостей поведінки працівників даного підприємства, майстерність спілкування, стиль управління лідера, комунікаційні зв'язки у середній підрприємстві, так і у взаємозв'язку з іншими підприємствами структурами. Канюта С.М. Іванюта В.Ф. Підприємство та бізнес-культура. Навч. пос. -К.: Центр учбової літератури, 2007. -288 с.

Організаційна культура - це система взаємодійосин, які склалися в організації на основі прийнятих цінностей, базових уявлень і норм поведінки, необхідних для виконання її місії. Захарчин І.М. Механізм формування організаційної культури машинобудівного підприємства: Монографія. -Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2009. - 276 с.

Корпоративна культура - це скарбниця духовних моральних, матеріальних аспектів і цінностей, техніко-інформаційних складових які склалися в середовищі окремої корпорації та відображають її індивідуальність й особливості, відповідають стратегії розвитку корпорації та ефективності її втілення. Андросова О. Ф.

Рис. 1. Світове дерево пізнань (тлумачень) наукової думки про корпоративну культуру (розроблено автором)

Як і у випадку з поняттям культури, до сьогоднішнього дня немає чіткої дефініції корпоративної (чи організаційної) культури, яка б мала всезагальне визначення і однозначне тлумачення.

Корпоративна культура належить до складних матеріально-духовних феноменів, системних за своєю суттю. Тому розглядати її треба всесторонньо, із позицій різних сфер знання. Як і будь-яка культура, корпоративна культура формується і сприймається людською свідомістю, впливає на поведінку людини й спосіб її почувань та думання. Через це, обмежуватися організаційно-економічними чи технічно-функціональними підходами замало.

Феномен корпоративної культури вимагає усвідомлення і прийняття відповідної позиції з низки проблем, однією із яких є проблема змісту, який вкладається в це поняття. З позиції методологічної точності, як уже зазначалося, 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 тих дисциплін, у рамках яких проводяться дослідження.

Світове дерево пізнань (тлумачень) наукової думки про корпоративну культуру наведено на рис. 1.

Дане визначення корпоративної культури можна умовно поділити на три групи (рис. 1), що відображають як раціонально – прагматичний, так і феноменологічний підходи.

Перша група – визначення – характеристики діяльності організації та її членів.

Друга група – визначення, які зводяться до переліку елементів КК.

Третя група – визначення, які трактують КК як цілісну категорію.

Раціонально – прагматичний підхід передбачає вияв корпоративної культури через артефакти: формально-ієрархічна структура організації, системи управління, лідерства й мотивації, поведінка персоналу, стиль спілкування, взаємозв'язок із зовнішнім середовищем, тощо. Феноменологічний підхід представляє корпоративну культуру як суть організації (а не атрибут) і фактор, який забезпечує умови узгодженого сприйняття реальності й групової поведінки.

Більшість авторів у своїх визначеннях називають в якості компоненту корпоративної культури цінності організації, тому можна стверджувати, що саме цінності є стрижнем корпоративної культури.

Появу концепції корпоративної культури в теорії управління відносять до початку 80-х років минулого століття. Однак цій події передував тривалий період, пов'язаний із вивченням соціально-культурних факторів і їх ролі в житті ділової організації. Проблематика корпоративної

чи організаційної культури присутня практично у всіх наукових працях класиків менеджменту.

Взагалі термін "корпоративна культура" виник в США, коли дослідники почали вивчати параметри діяльності американських корпорацій, які забезпечували їх успішність і конкурентоздатність. Кожний із підрозділів корпорації, які часто розміщувалися у різних географічних регіонах, характеризувався власною культурою. У цьому контексті під корпоративною культурою розуміють культуру власне корпорації.

Сучасна економічна теорія пропонує нове розуміння корпорації як об'єднання товариства у всіх формах організації бізнесу із відповідними нормами, принципами, становищем у суспільстві та специфічними цілями й інтересами.

Всупереч цьому багато науковців дотримуються думки, що поняття "організації" є ширшим, бо включає як комерційні (підприємницькі), так і некомерційні організації. Оскільки культура притаманна будь-яким організаціям, а її зміст, функції, механізм формування є універсальним, то деякі науковці вважають термін "організаційна культура" загальнішим, який містить у собі й корпоративну культуру.

Серед головних причин існуючого плюралізму в поглядах на корпоративну культуру є те, що культура розглядається під різним кутом зору, маючи різні аспекти. Через це, кожний погляд має право на існування і залежить від того, що конкретно цікавить кожного дослідника. Однак, якщо класична теорія менеджменту під терміном організація розуміє насамперед ділову організацію (корпорацію), то стосовно сфери бізнесу, організаційна культура одержала ще іншу назву – "корпоративна культура".

Іноді організаційну культуру ототожнюють із культурою організацій, хоч поняття "організаційна культура" відображає більше ступінь організаціїного впорядкування процесу виробництва і процесу менеджменту організації і є тільки одним із елементів культури організації.

Виокремлюється підхід до тлумачення організаційної культури, як, власне, культури організаційної роботи, що значно звужує коло її сутнісного наповнення. У багатьох визначеннях організаційної і корпоративної культури, присутні одні й ті ж характеристики: цінності, традиції, переконання, поведінкові норми, символи та символічні дії, образ сприйняття.

Змістовне визначення корпоративної культури важливе як із теоретичного, так і практичного огляду, оскільки від її трактування залежить практична направленість робіт щодо її формування і розвитку.

Корпоративна культура є найяскравішим виявом єдиної культури організації, яка поєднує різні типи людей (акціонери, менеджери, виробничий персонал).

Корпоративна культура є субкультурою в рамках національної культури, оскільки має свою усталену систему цінностей, які прийма-

ють носії національної культури, тому вона під-
владна закономірностям, властивих для куль-
тури в цілому.

Корпоративну культуру можна розглядати як
своєрідну ідеологію управління, націлену на під-
вищення ділової активності підприємства.

Ідеологія управління проявляється в місії
та цілях організації і впливає на:

- взаємовідносини працівників із організа-
цією;
- основні принципи діяльності працівників
та організації загалом;
- відносини організації до ділових партне-
рів, конкурентів, споживачів;
- позиціонування щодо суспільства;
- загальні світоглядні позиції.

Корпоративна культура тісно взаємопов'язана
із діловою етикою, філософією бізнесу, органі-
заційною поведінкою.

Етика – це розділ філософії, що вивчає
феномен моралі, тому взаємозв'язок КК із ети-
кою простежується через категорію моралі, яка
виконує функцію регулятора поведінки людини
і суспільства через систему норм, загально-
прийнятих правил. Ці норми встановлюються
загальноприйнятою суспільною думкою, а
в межах окремої організації вони визначаються
ідеологією управління, тобто, організаційною
культурою. В окрему категорію виділяють кор-
поративну етику.

Корпоративна етика – це сукупність етич-
них правил, що містяться в документах, при-
йнятих добровільно представниками будь-
якої професії, галузі, громадського об'єднання
й обов'язкові для виконання особами, що є чле-
нами об'єднання, що прийняла цей документ.

Крім офіційної чи корпоративної етики існу-
ють взаємини, не врегульовані будь-якими пра-
вилами, крім вимог загальної вихованості й вну-
трішньої інтелігентності людини.

Етична норма, на відміну від норми правової,
не спричиняє санкцій, передбачених законом,
якщо порушення етичних вимог не переростає
в правопорушення. Етичні
норми містять, переважно,
рекомендаційний характер.

Основна відмінність між
правовою й етичною нормою
полягає в тому, що норма
забезпечується державним
принципом, а етична – гро-
мадським, корпоративним
впливом і має за мету під-
тримку високоморального клі-
мату в суспільстві [6, с. 19].

Взаємозв'язок КК і орга-
нізаційної поведінки лежить
в площині формування єдино
спільних законів поведінки
і відносин між індивідом,
групою і організацією. Організа-
ційна поведінка є зовнішнім

проявом організаційної культури і, очевидно, її
наслідком.

Взаємозв'язок КК із філософією бізнесу про-
являється через призму світосприйняття й іде-
ологію поведінки; в цьому контексті ці поняття
тотожні.

Взаємозалежності корпоративної культури
з другими категоріями представлено на рис. 2.

Корпоративну культуру можна розглядати
і як важливий складник нематеріальних активів,
що формує інтелектуальний капітал організації,
оскільки вона додає вартість до репутації орга-
нізації (поняття додаткової вартості).

У сучасному світі КК слід розглядати як тон-
коплановий інструмент ефективного управ-
ління. Сьогодні КК стає пріоритетним фактором
ділового успіху, оскільки вона задає орієнтири
поведінки: всередині організації, у взаємодії
між працівниками на робочому місці (культура
праці), поза організацією, у взаємодії між різ-
ними інституціональними суб'єктами та партне-
рами по бізнесу [6, с. 19].

У корпоративній культурі виділяють ефект
спадковості – передаються цінності, традиції, як
і знання, що говорить про вічну категорію, а не
змінну (природа, ресурси, техніка, люди). Згідно
чого, КК є зв'язуючим фактором взаємодії
людей у процесі діяльності, що включає: кате-
горію часу, категорію стану (стабільність) і сис-
тему цінностей, отже, це ефективніший інстру-
мент управління, перевірений часом.

Можна розглядати корпоративну культуру
і моделювання поведінки людей, то тоді її вва-
жають фактором психологічного впливу. Пове-
дінка всередині організації відображає підхід до
бізнесу, формує відносини на ринку. Корпора-
тивна культура викреслає міцний стрижень орга-
нізації, що дозволяє адаптуватися її учасникам
до будь-яких змін завдяки сильній психологіч-
ній відірності, вірності ідеалам і впевненості
в доцільності своєї місії.

Інструментами КК виступає тонко-планові
речі – це віра, впевненість, переконання, від-

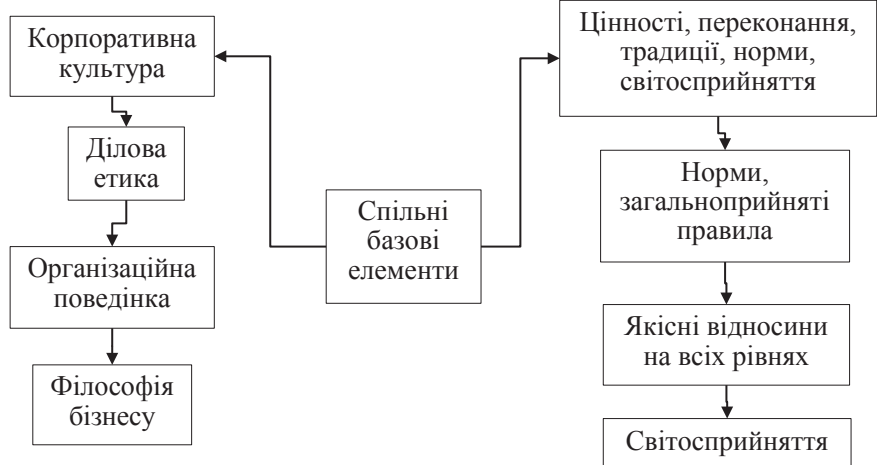


Рис. 2. Взаємозалежності корпоративної культури
з другими категоріями (розроблено автором)

даність, тобто речі не матеріально-грошового характеру, а внутрішнього, що виходять із серця та душі людини. Внутрішні переконання є основоположними в характері поведінки людей як усієї сукупності, так і окремих індивідів.

Корпоративна культура формує колективні цінності, які впливають на стиль і методи управління. Носієм корпоративної культури може бути бренд, тоді говорять про брендову культуру. Бренд може виступати як інструмент зміцнення культури.

Корпоративна культура відображає взаємопов'язану єдність керованої частини в системі менеджменту (об'єкта) і керуючої частини (суб'єкта). Об'єктом формування і розвитку КК є соціально-економічні організації, а всередині організації – сукупність структурних підрозділів, ще глибше – працівники, персонал організації. Суб'єктом є менеджери різного рівня, наділені відповідними правами і обов'язками щодо формування і розвитку корпоративної культури. Зв'язок між суб'єктом і об'єктом здійснюється за допомогою інформаційних потоків, які також попадають у поле корпоративної культури.

Предметом корпоративної культури є формування характеру гармонійних взаємовідносин як всередині організації, так із зовнішнім середовищем, а також формування основних цінностей організації [6, с. 20].

Корпоративну культуру представляє собою єдність трьох її нерозривно пов'язаних аспектів: процесуальний, що характеризує спосіб функціонування і життєдіяльності її організаційних ланок; предметний, що відображає результат (продукт) цієї діяльності, "генетичний", який є джерелом корпоративних змін.

Тому можна стверджувати, що організація в своєму розвитку виступає одночасно об'єктом

організаційно-інституціонального впливу, так як інституціональним носієм корпоративної культури переймає корпоративну культуру від попередніх поколінь, і суб'єктом культурної творчості, оскільки включає в процес створення нові корпоративні норми, і також.

Корпоративна культура є продуктом взаємодії: внутрішнього середовища:

- підприємства як формальної організації, що має свою загальну мету існування;
- окремих індивідуалів, учасників організації, наділених власними індивідуальними потребами та інтересами;
- колективу в цілому й окремих суспільних груп, які сформувались в межах організації;
- зовнішнього середовища, що диктує свої вимоги до функціонування організації.

Корпоративна культура виступає частиною культурного середовища відповідного суспільства, здатною формувати специфічний культурний простір цієї організації, у рамках якої існує.

Корпоративна культура є інструментом управління, зі своєю специфікою, за допомогою якого можна створити ефективну організацію.

Корпоративна культура одночасно є психологічним активом організації, який стимулює зростання її фінансових активів.

Корпоративна культура є об'єктом управління, що займає своє вагоме місце в системі управління.

Основні характеристики управління КК відображено на рис. 3.

- Основні завдання корпоративної культури:
- створення сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі організації.
 - Створення особливої філософії організації, яка зможе збалансувати вимоги внутрішнього і зовнішнього середовища.



Рис. 3. Основні сутнісні характеристики управління корпоративною культурою (розроблено автором)

– Чітка корпоративна філософія повинна містити: стислий опис цілей, стратегій, пріоритетних цінностей організації (місія), визначення соціальної відповідальності; пріоритетність мети; чеснот, знання; прозорість у відносинах на всіх рівнях.

– Системна мотивація працівників організації до ефективної ділової активності.

– Формування усвідомленого ставлення кожного працівника до своєї ролі й місця в суспільстві.

– Формування типу відносин як у середині організації, так і поза її межами, побудованих на етичних засадах, моральних принципах і високій відповідальності.

Ознаки корпоративної культури, які допомагають зрозуміти її сутність:

– всебічна загальність – полягає в тому, що корпоративна культура охоплює всі види дій організації: управлінських, виробничих, технологічних, процедурних, структурних.

– Неформальність – вона не має офіційного й законодавчого врегулювання; не підлягає суворому нормотворенні, отже складно піддається оцінці за допомогою тільки кількісних параметрів.

– Стійкість, що пов'язують із традиційністю, яка властива культурі в цілому, оскільки пройшовши певний процес становлення, корпоративна культура породжує традиції, притаманні для певного періоду життєвого циклу організації.

Роль корпоративної культури в механізмі управління організацією проявляється через систему всіх її складників: функцій, елементів, типів, потенціалу.

Висновки. Визначення і сутність корпоративної культури в сучасному управлінні сприяє ефективному розвитку підприємства за допомогою нових підходів наукової думки та тлумачень поняття «корпоративна культура». Нове поняття «світове дерево пізнань», направлено на комплексне наукове дослідження на основі системного підходу науковців.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пітерс Т. В поисках эффективного управления / Т. Пітерс, Р. Уотермен. – М. // : Прогрес, 1986. – 418 с.
2. ДП «Центр науково-технічної інформації та сприяння інноваційному розвитку України» центр адаптації державної служби до стандартів європейського союзу. Корпоративна культура: навчально-методичний посібник / ДП «Укртехінформ» – Київ, 2013. – 185 с.
3. Спивак В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак // Теория и практика / – : Питер, 2001. – 352 с.
4. Юрченко В. В. Корпоративна культура організації / В. В. Юрченко, Ю. В. Мельник, Н. В. Богданова // Навчально-методичний посібник / – : КІІВ, 2014. – 44 с.
5. Фіщук Н. Ю. Корпоративна культура організації / Н. Ю. Фіщук, І. В. Ломачинська // Сутність, види, принципи та вплив на розвиток організації. Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. №1 (56) Том 4, 2012 р. с. 81-85.
6. Захарчин Г. М. Корпоративна культура / Г. М. Захарчин, Н. П. Любомудрова, Р. О. Винничук, Н. В. Смолінська // Навчальний посібник / – : Львів – 2011 р. – 317 с.
7. Лапицкий М. Предпринимательская культура. / М. Лапицкий // – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.transport.ru>
8. Степико М. Т. Буття етносу: витоки, сучасність, перспективи (філософсько-методологічний аналіз) / М.Т. Степико. – К. : Товариство “Знання”. КОО. 1998. – 251 с.