

УДК 658.3:005

DOI: 10.31673/2415-8089.2019.011116

Труш М.С.,
Державний університет
телекомунікацій

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто теоретичні підходи до управління корпоративною культурою. Узагальнено та систематизовано погляди різних науковців щодо розуміння корпоративної культури. Здійснено реконструкцію поняття корпоративної культури в різних теоретичних підходах. Встановлено, що поєднання зазначених підходів до розуміння корпоративної культури може виявитись ефективним чинником управління корпоративною культурою сучасного підприємства.

Ключові слова: корпорація, корпоративна культура, теоретичні підходи до розуміння корпоративної культури.

Постановка проблеми. Корпоративна культура як унікальний інтелектуально-інформаційний ресурс виступає сьогодні чинником інноваційних організаційних перетворень, які підвищують конкурентоспроможність сучасних підприємств. Вона сутнісно впливає на розвиток і функціонування сучасних корпорацій та може виступати в якості вимірника їх економічного успіху та конкурентних переваг. Тому вивчення проблем доцільного і ефективного формування, мобілізації і використання корпоративної культури як інтелектуального активу функціонування підприємства в сучасних умовах істотно актуалізуються.

Аналіз досліджень та публікацій. Теоретичні основи корпоративної культури були закладені в працях таких зарубіжних вчених як М. Армстронг, Т. Діл, А. Кеннеді, Дж. Коттер, К. Камерон, Р. Куїнн, Х. М. Трайс, Г. Морган, В. Оучи, Т. Пітерс, В. Сате, Р. Уотерман, Е. Шейн, Дж. Хескетт, Г. Хофстеде та ін. Проблеми корпоративної культури розробляли й вітчизняні вчені, такі як А. Н. Асаул, Т. Ю. Базаров, О. С. Виханський, Е. А. Капітонов, Т. О. Соломанідіна та ін. Аналіз літературних джерел показує, що питання сутності та структури корпоративної культури розглянуті достатньо детально. Проте, недостатньо відпрацьована методика управління корпоративною культурою. Тому виникає потреба у проведенні подальших теоретичних розвідок та практичній розробці методів ідентифікації типів корпоративної культури та оцінки впливу корпоративної культури на ефективність діяльності сучасних підприємств.

Метою статті є аналіз концепцій корпоративної культури як таких, що стосуються різних періодів її розвитку та обґрунтування теоретичних підходів до визначення корпоративної культури підприємства.

Виклад основного матеріалу. Варто відзначити, що дослідження в галузі організаційної і корпоративної культури мають доволі давню й довготривалу історію. Правила поведінки, як писані, так і неписані, всередині професійних співтовариств склались ще в середньовічних гільдіях, які вже тоді часто мали зовнішні атрибути (спеціальний крій і колір одягу, аксесуари, таємні символи приналежності, поведінкові знаки, за якими члени спільнот могли відрізнити «своїх» від «чужих»).

Термін «корпоративна культура» вперше застосував у XIX ст. німецький фельдмаршал і військовий теоретик Мольтке, характеризуючи взаємини в офіцерському середовищі. Дослідження корпоративної культури на підприємствах почались на початку XX

ст. Основні етапи вивчення корпоративної культури, а також формування і розвитку теоретичних підходів щодо її розуміння, які пов'язані з важливими дослідженнями вчених та публікаціями їх результатів, представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Етапи вивчення корпоративної культури, формування і розвитку теоретичних підходів щодо її розуміння

Історичний період	Автор	Основні ідеї, дослідження, результати
1	2	3
Сер.20-х - поч. 30-х рр. XX ст.	Дж. Е. Мейо	Досліджував проблеми організаційної поведінки, довів особливу роль впливу людського фактору у підвищенні продуктивності праці. Як засновник школи «людських стосунків» зробив висновки про загальні цінності, що об'єднують людей, працівників організації.
50-ті рр.. XX ст.	М. Далтон	Узагальнив результати досліджень багатьох великих і середніх компаній США і Канади на предмет формування корпоративної культури у ґрунтовній праці «Людина, яка управляє».
	Е. Джакус	Розглядав культуру підприємства як образ мислення та спосіб дії, що стали традицією та які поділяють всі працівники підприємства.
	Р. М. Сайерт, Дж. Г. Марч, Г. А. Саймон	Створили «поведінкову теорію соціальних цілей». Сконцентрували увагу на внутрішній організації підприємства. Показали, як робітники у процесі сумісної діяльності в організації виробляють основні цілі і цінності її корпоративної культури.
60-х рр.. XX ст.	Д. Хемптон	У праці «Організаційна поведінка і практика менеджмента» окрема глава присвячена проблемам організаційної культури
	Х. Трайс	Публікує разом з групою дослідників Корнельського університету в США ряд праць, у яких розглядає традиції, ритуали, обряди, що прийняті на різних підприємствах. Наголошує на необхідності поєднання роз'єднаних малих керованих одиниць організації в єдине ціле. Оцінює зовнішні ознаки корпоративної культури
70-х рр..XX ст.	Д. Еллідж, А. Кромбі	Багато авторів розглядають корпоративну культуру як систему спільних цінностей, поділених усіма членами організації, як характерну рису, що відрізняє одну організацію від іншої.
		Визначають корпоративну культуру як унікальну сукупність норм, цінностей, переконань, зразків поведінки, які визначають спосіб об'єднання груп і окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених перед нею цілей
80-х рр..XX ст.	В. Оучи, Р. Уотерман, Т. Дж. Пітерс	На прикладі крупних корпорацій США продемонстрували переваги компаній із сильною ідеологією та цінностями з точки зору успішної діяльності. Завдяки цьому корпоративна культура виявилась в центрі уваги великого кола дослідників. З'явилися бестселлери «Теорія Z» В. Оучи, «У пошуках ефективного управління» Т. Дж. Пітерса і Р. Уотермана, де визначено корпоративну культуру як чинник економічної ефективності діяльності підприємства.
	Т. Діл, А. Кеннеді	Почалось систематичне вивчення корпоративної культури. Стала популярною праця Бостонської консультативної групи Т. Діла і А. Кеннеді «Корпоративні культури», де викладено концепцію культури як найважливішого феномена, що впливає на організаційну поведінку, корпоративний розвиток і організаційну ефективність.
	Е. Шейн	У праці «Організаційна культура і лідерство» проаналізував проблеми й моделі формування організаційної культури. Поеднавши теорію і практику, запропонував нову методику дослідження корпоративної культури, яка сьогодні вважається класичною.
	К. Голд	Розглядав корпоративну культуру як унікальну характеристику організації, як те, що відрізняє її від інших.
	В. Сате	Культуру представив як набір важливих установок, які поділяються членами того чи іншого суспільства.

Продовження табл. 1

1	2	3
	Л. Смірсіч	Досліджено систему загальноприйнятих організаційних понять та символічних процесів. Виявлено наявність єдиної організаційної культури, яка формує специфічні риси членів організації
	Г. Морган	Розглядає культуру в метафоричному сенсі як спосіб здійснення організаційної діяльності за допомогою використання мови, фольклору, традицій та інших засобів передачі основних цінностей, переконань, ідеології, які спрямовують діяльність підприємства.
80-х рр..XX ст.	К. Шольц	Вважає, що корпоративна культура являє собою неявну, невидиму і неформальну свідомість організації, яка керує поведінкою людей і, в свою чергу, сама формується під впливом їх поведінки.
90-х рр. XX ст.	Г. Хофстеде	Визначає культуру як «психологічний актив організації», який може бути використаний для прогнозування фінансових результатів діяльності.
	Дж. Коттер, Дж. Хескет	Визначають корпоративну культуру як «соціально створену реальність», виділяють два її рівня: ціннісний і поведінковий.
	П. Добсон, А. Уільямс, М. Уолтерс	Розглядали культуру як загальні для всіх і відносно стійкі переконання, відносини і цінності, що існують усередині організації.
	Й. Кунде	У праці «Корпоративна релігія» розглянув корпоративну культуру в якості чинника, що об'єднує організацію навколо місії, прихильності, спільного бачення.
	К. Камерон; Р. Куїнн	У праці «Діагностика організаційної культури» визначили основні типи організаційної культури та розробили методіку її діагностики

Розглянувши основні етапи вивчення корпоративної культури, можемо зазначити, що в сучасному науковому дискурсі представлено багато визначень даного поняття, яке не має «єдино вірного» тлумачення. Кожен з авторів формулює своє власне бачення цього явища. Є як дуже вузьке, так і дуже широке розуміння того, що являє собою корпоративна культура.

Така ситуація обумовлена:

– складністю, «ефемерністю» самого явища корпоративної культури, яку неможливо чуттєво сприйняти; проте вона оточує персонал і впливає на все, що відбувається в організації;

– складнощами, пов'язаними з відсутністю однозначного трактування родового поняття «культура».

Вчені, які досліджують проблеми культури (В. Б. Межуєв, М. С. Каган, Л. Н. Коган, А. Моль та ін.), відзначали більш 200 – 250 визначень, за кожним з яких стоїть оригінальна концепція культури. Все розмаїття визначень і концепцій можна звести до трьох основних груп. До першої групи стосуються численні описові або так звані «адитивні» визначення через перерахування, наприклад, таке: «Культура – це сума всіх видів діяльності, звичаїв, традицій, вірувань». До другої групи відносять дефініції, що пов'язують сутність культури з традиціями або соціальною спадщиною попередніх поколінь. Типове визначення цієї групи виглядає наступним чином: «Культура – соціально успадкований комплекс практики і вірувань, що визначає основи соціального життя». Третя група підкреслює значення для культури правил і норм, які організують людську поведінку. Отже, на основі зазначених підходів можемо сформулювати загальне визначення культури як комплексу явищ, що включає знання, вірування, мистецтво, мораль, закони, звичаї, здібності та навички, засвоєні людиною як членом суспільства.

Наведені міркування про культуру як родові поняття складають основу аналізу корпоративної культури як поняття видового. Аналіз корпоративної культури як поняття видового, у свою чергу, свідчить про складну інтерактивну сутність досліджуваного явища внаслідок використання багатьох синонімічних понять («організаційна культура», «культура організації», «ділова культури» тощо), за кожним з яких стоїть своя феноменологія. Оскільки

досліджувати її ми не ставили своїм завданням, тому обмежимося коротким аналізом дефініцій на предмет їх розмежування.

Треба відзначити, що за різними термінами дослідники бачать близькі, але все-таки різні поняття. А. Н. Асаул та деякі інші автори вважають, що термін «культура організації» включає в себе поняття «організаційна культура» і «корпоративна культура» і виконує системоутворюючі функції, спрямовані на підвищення ефективності управління [1, с.18].

Т. О. Соломанідіна вживає термін «організаційна культура», вважаючи його більш вдалим, оскільки не всяка організація є корпорацією. Поняття «організаційна культура» вона визначає як більш широке за поняття «корпоративна культура». Однак, якщо поняття корпоративної культури тлумачити як загальнопрофесійну культуру, на рівні цінностей і норм даного виду бізнесу, то тоді корпоративна культура включає більш широкі норми і цінності, що визначають загальносоціальну значимість і відповідальність працівників даної сфери діяльності. [4, с.7].

Спроба розмежувати ці поняття зроблена Т. Ю. Базаровим. На його думку, корпоративна культура – це ціннісно-нормативний простір, в якому існує корпорація у взаємодії з іншими організаційними структурами; організаційна культура – це інтегральна характеристика організації (її цінностей, патернів поведінки, способів оцінки результатів діяльності), дана в мові певної типології .

Елдрідж і Кромбі визначають корпоративну культуру як унікальну сукупність норм, цінностей, переконань, зразків поведінки і т. ін., які визначають спосіб об'єднання груп і окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених перед нею цілей [4, с.8].

Один з найбільш серйозних дослідників корпоративної культури, Е. Шейн, визначає її як набір основних понять, створених даною соціальною групою в міру вирішення проблем зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції організації, які «працювали» в минулому і зарекомендували себе як надійні і правильні, тому цих понять можна навчати нових співробітників як зразку для наслідування. Е. Шейн вважав культуру невід'ємною частиною організації, яка впливає на ефективність її діяльності [6, с. 122].

В. А. Співак визначає культуру корпорації як дуже складне, багатопланове, динамічне явище. Він один із перших акцентує увагу на психологічному аспекті корпоративної культури і пріоритетній значущості «людських ресурсів» в організаційно-управлінській сфері [5, с.27].

У. Оучи описує переваги управління, заснованого на культурі. В умовах сильної організаційної культури індивідууми і команди контролюють себе самі. Це не тільки веде до високої ефективності їх роботи, але також вносить вклад в чітке функціонування організації, оскільки прихильність ясному набору поділюваних цінностей зменшує число конфліктів і непорозумінь [3].

Концептуальною установкою бачення корпоративної культури в роботі Е. А. Капітонова виступає трактування її як гетерогенного і багатопланового явища, що включає матеріальні, духовні та духовно-практичні аспекти життєдіяльності організації, управління, поведінки персоналу по відношенню до внутрішнього і зовнішнього середовища. У цій якості вона постає як культурні зразки, які задають орієнтири внутрішньої інтеграції персоналу, ефективних ділових відносин і зовнішньої адаптації корпорації [2].

Незважаючи на різноманітність тлумачень корпоративної культури, в них є ряд загальних моментів. По-перше, автори посилаються на базові зразки поведінки і дій, яких дотримуються члени організації по відношенню до зовнішнього і внутрішнього середовища. По-друге, загальною категорією, що включається авторами у визначення корпоративної культури є цінності, які орієнтують персонал на певну поведінку в конкретній ситуації. По-третє, загальним атрибутом поняття корпоративної культури вважається «символіка», за допомогою якої ціннісні орієнтації передаються членам організації.

Деякі автори розробили типології шкіл і напрямків вивчення корпоративної культури. Найбільш вдалим є систематизація і визначення трьох підходів, згідно з якими корпоративну культуру можна розглядати як: незалежну зовнішню складову, внесену в

організацію ззовні; внутрішню складову організації; ключове порівняння в концепції організації, суть організації.

У першому підході корпоративна культура розглядається як дуже широка категорія, фоновий фактор; вона є сукупністю уявлень і цінностей, які формуються в людині суспільством, громадською діяльністю і соціальними взаємодіями. При такому підході організація лише пасивно схильна до впливу заздалегідь сформованих уявлень своїх співробітників. Другий підхід, заснований на тому, що організації самі створюють свої культури; увага тут зосереджується на унікальних ритуалах, легендах і церемоніях, які з'являються в середовищі, створеному керівництвом компанії за допомогою встановлених правил, структури, норм і цілей. При цьому автори даного підходу визнають, що в компанії можуть існувати як домінуюча культура, так і субкультури, між якими можуть бути суперечності. Третій підхід розглядає корпоративну культуру як суть організації, її основну відмітну якість. Прихильники підходу вважають, що організацію слід розглядати як культуру. Вони відмовляються визнати культуру як щось, що організація має, і визнають її як щось, чим організація є.

Інші автори виокремлюють два підходи до розуміння сутності корпоративної культури – прагматичний та феноменологічний. Прагматичний підхід можна охарактеризувати як раціональний, інтерналістський, направляючий і кондуктивний. Феноменологічний підхід розглядає корпоративну культуру як ірраціональний феномен, інертний елемент організації, що в основному перешкоджає змінам і тільки опосередковано впливає на ефективність діяльності.

Відповідно до особливостей механізмів виникнення і формування корпоративної культури виділяють раціональний (культура привноситься в організацію засновниками або керівництвом) і генетичний (культура є результатом історичного розвитку організації) підходи.

Висновки. Вивчивши історію розвитку та сучасний стан різноманітних концептуальних позицій щодо поняття і тлумачення сутності корпоративної культури, ми намагались уточнити й підкреслити роль корпоративної культури в управлінні сучасним підприємством, визначивши основні теоретичні підходи до розуміння зазначеного феномену.

Наведені дефініції, теоретичні інтерпретації та концептуальні підходи до вивчення корпоративної культури відображають багатозначність в розумінні цього феномена, оскільки свідчать про те, що природа, статус, процеси формування і управління, системний характер корпоративної культури залишаються недостатньо з'ясованими. Більшість визначень корпоративної культури відображають соціологічні та соціально-психологічні сторони корпоративної культури. Контент-аналіз підтверджує зв'язок поняття корпоративної культури із загальним поняттям культури, яке найчастіше характеризується як ціннісно-нормативна система. Найвищу частотність мають такі ознаки поняття, як поведінка, цінності, норми. Економічна сторона практично не порушена, управлінська сторона представлена дуже незначним чином. Недоліком всіх сучасних трактувань досліджуваних понять є також вивчення їх в статисті, проте швидкі зміни навколишнього середовища вимагають глибокого дослідження процесів реагування культурного поля на виклики сучасності.

Список використаної літератури

1. Асаул А. Н., Асаул М. А., Ерофеев П. Ю., Ерофеев М. П. Культура организации: проблемы формирования и управления. Санкт-Петербург: Гуманистика, 2006.
2. Капитонов Э. А. Корпоративная культура: теория и практика. Москва, 2005.
3. Оучи У. Методы организации производства: японский и американский подходы. Москва: Прогресс, 1984.
4. Соломанидина Т. О. Организационная культура компании: учеб. пособие. Москва: ИНФРА-М, 2007.

5. Спивак В. А. Организационное поведение и управление персоналом. Санкт-Петербург: Питер, 2000.
6. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство / пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2002.
7. Труш М.С. Феномен корпоративної культури: генеза, еволюція, термінологічні інтерпретації. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 3 (25). С. 103 – 109.
8. Труш М.С. Соціально-економічні параметри корпоративної культури сучасного підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 4. С. 101 – 106.

REFERENCES

1. Asaul, A.N., Asaul, M.A., Erofeev, P.Yu., Erofeev, M.P. (2006) Kul'tura organizatsii: problemy formirovaniya i upravleniya [Organization Culture: Problems of Formation and Management]. (ed. by A.N. Asaul, M.A. Asaul, P.Yu. Erofeev, M.P. Erofeev). Sankt-Peterburg: Humanistic.
2. Kapitonov, E. A. (2005) Korporativnaya kul'tura: teoriya i praktika [Corporate culture: theory and practice]. (ed. by E. A. Kapitonov). Moskva.
3. Ouchi, U. (1984) Metody organizatsii proizvodstva: yaponskiy i amerikanskiy podkhody [Methods of production organization: Japanese and American approaches]. (ed. by E. A. Kapitonov). Moskva: Progress.
4. Solomanidina, T. O. (2007) Organizatsionnaya kul'tura kompanii: ucheb. Posobiye [Organizational company culture: studies. allowance]. (ed. by T. O. Solomanidina). Moskva: INFRA-M.
5. Spivak, V. A. (2000) Organizatsionnoye povedeniye i upravleniye personalom [Organizational behavior and personnel management]. (ed. by V. A. Spivak). Sankt-Peterburg: Piter.
6. Shane, E. H. (2002) Organizatsionnaya kul'tura i liderstvo / per. s angl. [Organizational Culture and Leadership. from English]. (ed. by E. H. Shane). Sankt-Peterburg: Piter.
7. Trush, M. S. (2018) Fenomen korporativnoyi kultury: heneza, evolyutsiya, terminolohichni interpretatsiyi [The phenomenon of corporate culture: the genesis, the evolution, the terminology and the interpretation concept]. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, (3 (25)), 103 – 109.
8. Trush, M. S. (2018) Sotsial'no-ekonomichni parametry korporativnoyi kul'tury suchasnoho pidpriumstva [Socio-economic parameters of corporate culture of modern enterprise]. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, (4), 101 – 106.

ТРУШ МАРИЯ СЕРГЕЕВНА. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРОЙ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. В статье рассмотрены проблемы управления корпоративной культурой. Раскрыты генезис и эволюция понятия корпоративной культуры, обобщены и систематизированы взгляды различных ученых на предмет ее понимания. Осуществлена гносеологическая рефлексия существующих концепций корпоративной культуры и их реконструкция в различных теоретических подходах. Установлено, что сочетание различных подходов к пониманию корпоративной культуры может оказаться действенным способом управления корпоративной культурой современного предприятия.

Ключевые слова: корпорация, корпоративная культура, теоретические подходы к управлению корпоративной культуры.

TRUSH MARIY. THEORETICAL APPROACHES TO CORPORATE CULTURE MANAGEMENT OF A MODERN ENTERPRISE. The article deals with the problems of corporate culture management. The genesis and evolution of corporate culture notion are revealed,

the views of different scholars on the subject of its understanding are generalization and systematized. The gnoseological reflection of the existing concepts of corporate culture and their reconstruction in various theoretical approaches is carried out. It has been established that combining different approaches to understanding corporate culture can be an effective way of managing the corporate culture of a modern enterprise.

Key words: *corporation, corporate culture, theoretical approaches to managing corporate culture.*