

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 631.11; DOI: 10.31388/2519-884X-2018-38-5-11

Агєєва І.В., к.е.н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
age709@ukr.net

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Анотація. У роботі досліджено теоретичні підходи до аспектів управління корпоративною культурою, узагальнено теоретичні уявлення вітчизняних і зарубіжних вчених про сутність даного поняття. Проаналізовано існуючі підходи до трактування поняття «корпоративна культура». Визначено особливості вітчизняних підходів до поняття "корпоративна культура".

Ключові слова: організація, корпоративна культура, організаційна культура, цінності.

JEL code classification: M12

I.V. Ahieieva,
PhD, Associate Professor of Management Department
Tavria state agrotechnological university
age709@ukr.net

THEORETICAL ASPECTS OF CORPORATE CULTURE IN ORGANIZATION

Summary. In modern conditions, the efficiency of enterprises is determined by the level of development of their corporate culture. Each organization has its own special culture, a harmonious relationship between its employees, the ethics of personnel behavior, which determines its image and reputation. Therefore, in recent years in the scientific and business circles there has been a rapid growth of attention to the notion of "corporate culture". Corporate culture can play an important role in enhancing the level of engagement of employees, using intelligent technology and ensuring the welfare of workers. And this will lead the organization to positive changes. It is under these conditions that the corporate culture gets special attention.

Abroad this direction became relevant in the early 1980s. In Ukraine, the peak of interest in this issue is observed at present. The study of corporate culture faces certain difficulties. Due to the large number of interpretations of the concept, difficulties arise in determining the culture of the organization. In most cases, in practice, the phrase "organizational" or "corporate" culture is used to describe the general atmosphere in the company, the values and mission of the organization, its characteristic management methods, and leadership styles.

Abroad this direction became relevant in the early 1980s. In Ukraine, the peak of interest in this issue is observed at present. The study of corporate culture faces certain difficulties. Due to the large number of interpretations of the concept, difficulties arise in determining the culture of the organization. In most cases, in practice, the phrase "organizational" or "corporate" culture is used to describe the general atmosphere in the company, the values and mission of the organization, its characteristic management methods, and leadership styles.

In the literature, the concept of "corporate culture" and "organizational culture" in most cases are identical. This approach is based on the assumption that both cultural concepts are defined using the same terminology.

However, a number of scientists refute this approach. As a rule, in this context there are three main points:

Corporate and organizational cultures are distinct phenomena.

Corporate culture is part of organizational culture..

Organizational culture and corporate culture are independent phenomena that differ in the way they emerge and form. he conducted studies allow to draw conclusions that there are different interpretations of the concept of corporate culture and each of the theories is oriented by its founder towards certain goals.

Based on the differences in the definition of corporate culture, it seems that one should understand the system of material and spiritual values, myths and rituals adopted in a particular organization. It manifests itself in the interaction, behavior, perception of oneself and others and is formed purposefully within the framework of the adopted strategy of the organization.

Keywords: *organization, corporate culture, organizational culture, value*

Постановка проблеми. Сучасні умови вимагають нових перспективних форм управлінського впливу, що забезпечують максимумно можливе досягнення бажаних результатів діяльності підприємства. Сьогодні ефективність діяльності підприємств багато в чому визначається рівнем розвитку їх корпоративної культури. У кожній організації формується своя особлива культура, гармонійні відносини між співробітниками, етика поведінки персоналу, яка і визначає її імідж і репутацію. Корпоративна культура може відігравати важливу роль у зміцненні рівня залучення працівників, використовуючи розумно технології і забезпечуючи добробут працівників. А це призведе організації до позитивних перетворень. Саме за цих умов корпоративна культура набуває особливої ваги.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження питань корпоративної культури бере початок у середині минулого сторіччя. Але останніми роками питання культури в організаціях все більше привертають увагу теоретиків і дослідників.

Дослідженням питання сутності корпоративної культури та її місця в системі менеджменту займалися такі зарубіжні та вітчизняні вчені як Ч. Барнард, Т. Діл [16], А. Кеннеді [16], Е. Шейн [17], Л.Смірсіч [18], Д.А. Лентьєв [5], В.А.Співак [10], А. Сбитнев [9], Г.Л.Хаєт [14], Н.Н.Могутнова [7] та ін. Проте зазначимо, що актуальність цієї теми потребує подальшого вивчення з необхідними узагальненнями всебічних досліджень.

Формування цілей статті. Метою статті є поглиблене вивчення теоретичних аспектів корпоративної культури як об'єкта організації в системі менеджменту.

Вклад основного матеріалу. Існує чимало визначень поняття «корпоративна культура», оскільки вчені по-різному визначають її роль у діяльності організацій. Незважаючи на значні напрацювання вчених, не існує єдиного підходу до трактування поняття «корпоративна культура». Науковці часто використовують такі терміни, як «організаційна культура», «корпоративна культура», «виробнича культура», «ділова культура». Найбільшу складність представляють понят-

тя «корпоративна культура» і «організаційна культура». Аналіз наукових джерел свідчить, що існують різні точки зору на дані поняття. Тому для логічної послідовності даного дослідження необхідно розглянути і визначити поняття «корпоративна культура» і «організаційна культура».

Термін «корпоративна культура» з'явився в XIX столітті, а згадки стосовно бізнесу зустрічаються з початку XX століття.

В 30-х роках XX століття непрямі висловлювання про корпоративну культуру були в роботах таких науковців, як М. Шерифа, Ч. Барнарда, К. Левіна, Р. Липпітт і Р. Уай.

Більш детальним дослідженням щодо корпоративної культури, як інструмента підвищення ефективності діяльності організації, зайнялися лише в 80-ті роки XX століття. Серед найперших робіт 80-х років можна віднести роботи Вільяма Оучі («Теорія Z»), Тома Пітерса і Роберта Уотермана («В пошуках ефективного управління»). Автори стверджували, що корпоративна культура – це один з важливих факторів ефективності діяльності компанії з економічної точки зору та її інтеграції і адаптації до зовнішнього середовища.

Т. Пітер і Р. Уотерман описали взаємозв'язок між рівнем розвитку корпоративної культури та ефективністю управління компанією. На їх думку, корпоративна культура є одним з факторів адаптації компанії до зовнішнього середовища і відіграє, таким чином, важливу роль в успішності економічної діяльності підприємства.

Терренс Діл і Алан Кеннеді («Корпоративна культура: обряди і ритуали корпоративного життя») в своїх працях дають відповіді на безліч питань про ефективність лідерства, а також про довгостроковий успіх організацій, які створили сильну корпоративну культуру [16].

У 1983 році Л. Смірсіч розробила «Концепцію культури і організаційного аналізу». У своїй роботі вона зробила спробу структурувати підходи до вивчення культури організації. Систематизуючи існуючі визначення корпоративної культури і вона вивела три підходи до її визначення. При першому підході вона трактує культуру як незалежну зо-

внiшню складову, внесену в організацію ззовні. При другому підході культура є внутрішньою складовою організацією. При третьому підході вона інтерпретується як ключове порівняння в концепції організації [18].

У першій групі корпоративну культуру Л. Смірсіч розглядає як сукупність уявлень і цінностей, які формують в людині суспільство, громадська діяльність і соціальні взаємодії (в родині, групі, з друзями, досвід роботи в цій та інших організаціях). Тут культура повинна бути схожою для всіх організацій, які існують в рамках національної культури, але кожна організація формує свій тип корпоративної культури.

Другий похід заснований на тому, що кожна організація сама створює свою культуру. Представники цієї групи зосереджують свою увагу на унікальних ритуалах, легендах і церемоніях, які з'являються в середовищі, створеному керівництвом за допомогою встановлених правил, структури, норм і цілей. Така культура вважається домінуючою. Представниками даного напрямку є М. Лоуїс, С. Сіел і Дж. Мартін, М. Пауерс, Т. Діл, А. Кеннеді.

У третьому поході корпоративна культура розглядається як суть організації, як її основна відмітна якість, а не як окремо складова організація (М.Тевене).

Одним з найбільш серйозних дослідників організаційної культури є Е.Шейн. Він зазначає, що організаційна культура є інтегрованим набором базових уявлень, які дана група знайшла, випадково розкрила, запозичила або досягла будь-яким іншим шляхом у результаті спроб, вирішення проблем адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої організації, щоби бути визнаними, дієвими і гідними закріплення і передачі новим поколінням членів організації [17, с. 109-119]. Е. Шейн, аналізуючи структуру організаційної культури, запропонував виділити три її рівні:

- поверхневий (зовнішній вигляд офісів, технологія і продукт, зовнішній вигляд співробітників, мова, манера спілкування, емоційна атмосфера, ритуали);
- підповерхневий (стратегія, моральні погляди, етичні правила, цінності, кодекс поведінки, цілі);
- глибинний (ставлення до загально-

людських цінностей, вірування і переконання, уявлення про природу людини, важливість роботи, сім'ї і саморозвитку, правильні взаємовідносини індивіда і групи).

Одегов Ю.Г. і Руденко Г.Г. об'єднали елементи організаційної культури в такі рівні як світоглядний, символічний і візуальний [8].

До світоглядного рівня організаційної культури вони відносять елементи які пов'язані з культурою поведінки і культурою управління в організації, такі, як: норми, усвідомлення себе і свого місця в організації, цінності співробітників, соціально-психологічний клімат і т. п.

До символічного рівня організаційної культури автори відносять мову, ритуали, обряди, зовнішній вигляд на роботі, символи компанії, рекламні атрибути і структури зовнішньої ідентифікації компанії.

До візуального рівня організаційної культури автори відносять технології, архітектуру і дизайн, будівлю, місце розташування організації, обладнання та меблі, а також обсяг простору і кольору.

Співак В.А. визначає, що корпоративна культура – це система матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою, притаманних даній корпорації, а також відображають її індивідуальність і сприйняття себе та інших у соціальному та речовому середовищі, що виявляється в поведінці, взаємодії, сприйнятті себе і навколишнього середовища [10, с. 27]. Дане визначення включає всі рівні і різні прояви культури організації, спираючись як на її матеріальний, так і на духовний аспект.

Красовський В. у своїх працях зазначає, що термін «організаційна культура» є первинним, а термін «корпоративна культура» – похідним, що характерно тільки для великих підприємств – акціонерних товариств [4, с. 12].

Іванова С.В. вказує на рівнозначність організаційної та корпоративної культури. Вона вважає, що «організаційна (корпоративна) культура – це набір найбільш важливих припущень, прийнятих членами організації та виражаються в заявлених організацією цінностях, які задають людям орієнтири їх поведінки і дій. Ці ціннісні орієнтації передаються членам організації через символічні

кошти духовного і матеріального оточення організації» [3].

Мітіна Н.М. в своїх дослідженнях об'єднала концепцію Шейна Е. і теорію Леонт'єва Д.А., який виділив три основні форми існування цінностей: суспільні ідеали (соціальні уявлення як невід'ємна частина об'єктивного укладу суспільного буття соціальної групи); предметно втілені цінності (сам процес діяльності соціальної групи або суспільства і її продукт); особистісні цінності (внутрішній світ індивіда, що формується в процесі життєдіяльності в індивідуальному досвіді, відображає соціальний і загальнолюдський досвід і існує в формі ідеалів) [6].

На основі концепції і теорії вона пропонує трирівневу структуру ціннісних компонентів організаційної культури, що представляє собою систему організаційних цінностей і ціннісних уявлень співробітників, коли кожен з рівнів культури компанії узгоджується зі своєю формою існування цінностей (рис.1) [6].

Перший рівень, артефактний, є «фасадом

організації». До цього рівня автор відносить всі аспекти діяльності організації, які можна побачити сторонньому спостерігачеві: логотип, технологія, продукт, корпоративна символіка, місія, історія компанії, існуючі ритуали і церемонії, стиль спілкування і багато іншого. Автор вважає, що ці елементи формують у клієнтів і партнерів уявлення про організацію, її розвитку та успішності.

На другому, нормативному, рівні формується відповідність цінностей організації цінностям особистісного рівня працівників. Своє втілення цінності другого рівня знаходять в етичних кодексах, нормах і стандартах поведінки персоналу.

Третій, особистісний, рівень ціннісної компоненти, на думку автора, включає особисті цінності та установки, світогляд і переконання співробітників компанії.

Для вітчизняних дослідників проблеми корпоративної культури є відносно новими, мало розвинутими в нашій країні. І все ж, перші ознаки цивілізованого підходу до визначення цього феномену в Україні вже є.

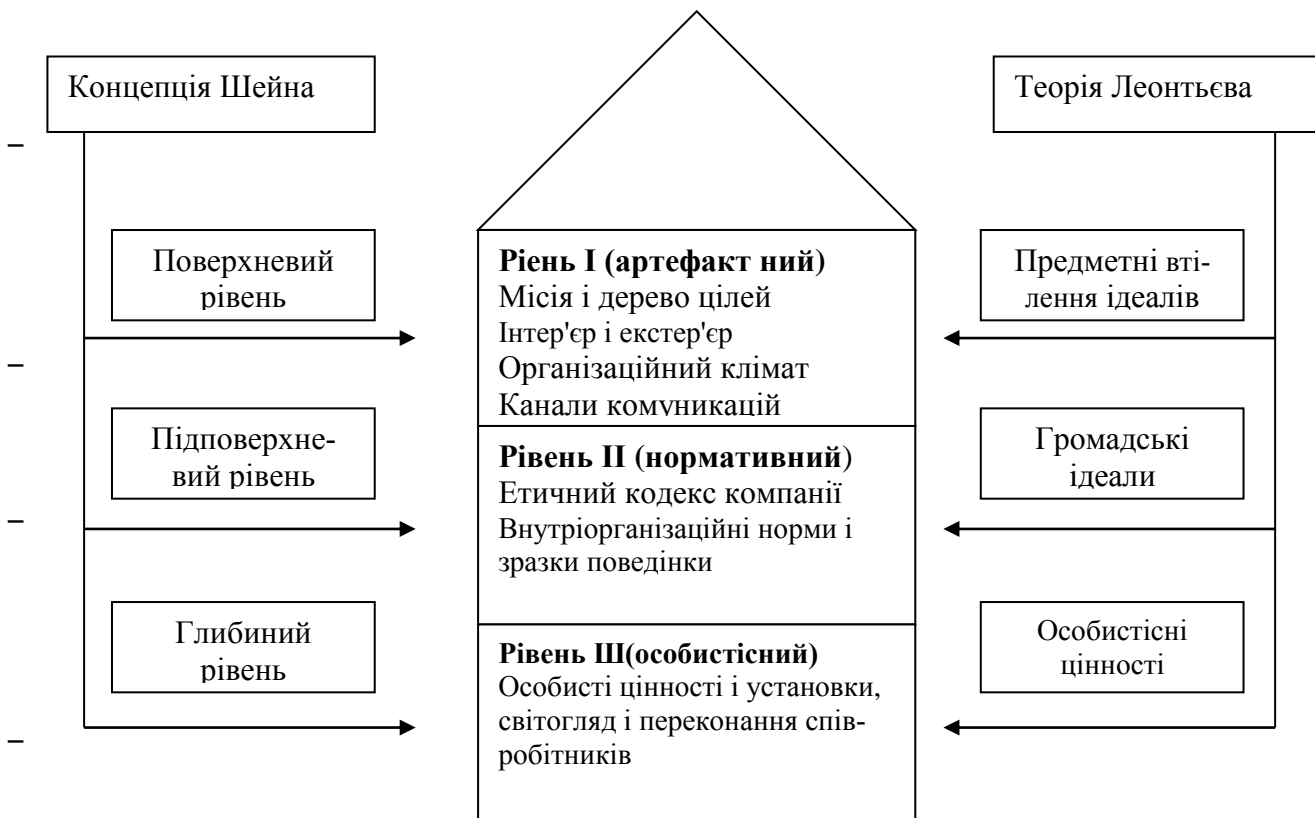


Рис 1. Структура ціннісної компоненти організаційної культури
Джерело: [6]

Корпоративна культура є одним з важелів управління організацією. Вона постійно вза-

ємодіє з іншими складовими системи управління, впливає на характер їх застосування,

та сама формується виходячи з взаємодії з тим чи іншим елементами цієї системи.

На думку Чернишової А.О. та Немченко Т.А., корпоративна культура є системою формальних і неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, особливостей поведінки персоналу даної організаційної структури, стилю керівництва, показників задоволеності працівників умовами праці, рівня взаємного співробітництва та сумісності працівників між собою і з організацією, перспектив розвитку [13].

Автори виділяють такі джерела формування корпоративної культури, як:

- систему особистих цінностей та індивідуально-своєрідних способів їх реалізації;
- способи, форми та структура організації, 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 [13].

Чернявський А.Д. вважає, що корпоративна культура регламентує поведінку людини, дає можливість спрогнозувати її реакцію в критичних ситуаціях [12, с. 45] та базується на такому:

- загальнолюдські цінності, сполучення інтересів персоналу (співробітництво, новаторство, довіра тощо) з корпоративними інтересами (підвищення конкурентоспроможності, завоювання ринкової ніші тощо);
- реальні ринкові вимоги до управління підприємством (пріоритет споживача, якість роботи тощо) і вимоги до персоналу (відданість підприємству, акцент на почутті спільності, причетності до загальної справи підприємства тощо).

На думку Є.Ю.Гресь та Н.В. Язвінської, корпоративна культура – це важливий фактор внутрішнього середовища підприємства, який значно впливає на його ринкову діяльність та розвиток. Вони виділили основні фактори, які впливають на формування корпоративної культури підприємства: масштаб діяльності компанії; форма власності; розмір компанії стиль керівництва; вік компанії; сфера діяльності компанії [1].

Аналіз літературних джерел свідчить, що існують такі точки зору на співвідношення понять «корпоративна культура» та «організаційна культура»:

1. Корпоративна культура тотожна організаційній культурі. Цього підходу в основному дотримуються дослідники такі як О.С.Віханський, С.В.Іванова, Л. В. Карташова, Е.Д.Малінін, В. Л. Міхельсон-Ткач, В. А. Співак

2.Корпоративна і організаційна культури – різні явища. До організаційної культури входить формальна структура організації, що виражається в ієрархії, правилах, документах і стандартах. У той же час головним аспектом корпоративної культури є цінності (Н.Н. Могутнова).

3. Корпоративна культура – це частина організаційної культури. Можна знайти, наприклад, твердження про те, що організаційна культура – це культура материнської організації, а корпоративна – культура підрозділів цієї організації в інших країнах. Цієї думки дотримуються Е.Г.Молл, Б.З.Мильнер, Л.Колесникова, Ю.Д.Красовский, В. В. Щербина.

На думку Тарасової О.В., корпоративна культура повинна завжди знаходитися в центрі постійної уваги керівників, оскільки вона має сприяти досягненню ефективних результатів діяльності підприємства на основі наближення інтересів адміністрації і персоналу [11, с.32].

Висновки. Проведені дослідження дозволяють зробити висновки, що до вивчення корпоративної культури існують різні підходи і кожна з теорій орієнтується її засновником на певні цілі.

Виходячи з відмінності у визначенні корпоративної культури, слід розуміти систему матеріальних і духовних цінностей, міфів і ритуалів, прийнятих в певній організації. Вона проявляється у взаємодії, поведінці, сприйнятті себе й інших і формується цілеспрямовано в рамках прийнятої стратегії організації. Дослідження корпоративної культури дозволили виявити багатогранні аспекти цього феномена: філософсько-світоглядні, психологічні і функціонально-організаційні.

Список літератури

1. Гресь Є. Ю. Особливості формування корпоративної культури на підприємстві / Гресь Є. Ю., Язвінська Н. В. // Акту-

альні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених. – 2014. – Вип. 8.

2. Иванова, Т.Б. Корпоративная культура и эффективность предприятия: [монография] / Т.Б.Иванова, Е.А. Журавлёва. – М. : РУДН, 2011. – 152 с.
3. Иванова, С. В. Организационная культура: традиции и современность [Текст]: учеб. / С. В. Иванова // Управление персоналом. – 2012. – № 4. – С. 97.
4. Красовский Ю.Д. Социокультурные основы управления бизнес-организацией: учеб.пособие / Ю.Д.Красовский.- 2007.- М.: ЮНИТИ-ДАНА.
5. Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени / Д.А.Леонтьев// Психологическое обозрение.- 1998.-№ 1.- С. 47-51.
6. Митина Н.Н. Ценностная компонента организационной культуры на примере ИТ-компании/ Н.Н.Митина //Современная экономика: проблемы и решения.-2016.-№8(80).- С.46-54.
7. Могутнова Н. Н. Корпоративная культура: понятия, подходы / Н.Н. Могутнова// Социологические исследования. – 2005. – №4. – С. 130–136.
8. Одегов Ю.Г. Организационная культура: основные аспекты и структура / Ю.Г.Одегов ,Г.Г.Руденко // Управление корпоративной культурой.-2009.-№4.-С.246-257.
9. Сбитнев А. Структура и мотивы формирования корпоративной культуры / А.Сбитнев //Менеджмент и менеджер. – К., 2007. –№9. –С. 9-19.
10. Спивак В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. - СПб.: Питер, 2001. – 352 с.
11. Тарасова О.В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства / О.В. Тарасова, С.С. Марінова // Економіка харчової промисловості. – 2013. – №3. – С. 28–32.
12. Чернявський А. Д. Корпоративне управління [Текст]: навч. посіб./ А.Д.Чернявський – МАУП, 2007. – 208 с.
13. Чернишова А.О. Деякі аспекти корпоративної культури організації / А. О. Чернишова, Т. А. Немченко // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. - 2010. - Вип. 17. - С. 328-330.
14. Хаєт Г.Л. Корпоративна культура: Навч. посібник/Г.Л.Хаєт, О.Л.Єськов, С.В.Ковалевський. –К.: Центр навчальної літератури, 2003. –403с.
15. Шейн Э. Организационная культура и лидерство: учебник для слушателей, обучающихся по программам «Мастер делового администрирования»: пер. с англ. / Э. Шейн; под ред. Т. Ю. Ковалевой. - СПб.: Питер, 2007. – 336 с.
16. Dile, T. Corporate cultures/ Dile T., Kennedy A.//Reading, MA: Addison-Wesleys, 1982.-204 p.
17. Shein E.H. Organizational Culture/ Shein E.H. // American psychologist. -1990.- Vol. 45(1).- P. 109–119.
18. Smircich, L. Concepts o Culture and organizational analyses /L.Smircich // Administrative Science Quarterly.-1983.- №28- P.339-358.
19. Ouchi, W.G. Theory «Z»: How American business can meet the Japanese challenge/ Ouchi, W.G. – Reading, MA: Addison-Wesley, 1981. – P. 45.

References:

1. Gres' C. Yu. (2014) Osoblivosti formuvannya korporativnoi kul'turi na pidpriemstvi [Special features of corporate culture in the company], *Aktual'ni problemi ekonomiki ta upravlinnya: zbirnik naukovikh prats' molodikh vchenikh*, vol. 8. [in Ukrainian]
2. Ivanova T.B., Zhuravleva E.A. (2011) Korporativnaya kul'tura i effektivnost' predpriyatiya [Corporate culture and enterprise efficiency], monohrafiia, Moscow:RUDN. [in Russian]
3. Ivanova, S. V.(2012) Organizatsionnaya kul'tura: traditsii i sovremennost' [Organizational culture: traditions and modernity], textbook. *Upravlenie personalom*, no 4. – p. 97. [in Ukrainian]
4. Krasovskiy Yu.D.(2007) Sotsiokul'turnye osnovy upravleniya biznes-organizatsiei [Socio-cultural basis of business organization management], teach. Moscow: YuNITI-DANA. [in Russian]
5. Leont'ev D.A. (1998) Tsennostnye predstavleniya v individual'nom i gruppovom soznanii: vidy, determinanty i izmeneniya vo vremeni [Value Representations in the Individual and Group Consciousness: Types, Determinants, and Changes in Time]. *Psikhologicheskoe obozrenie*.no.1. pp. 47-51. [in Russian]
6. Mitina N.N.(2016) Tsennostnaya komponenta organizatsionnoy kul'tury na primere It-kompanii. [The value component of organizational culture on the example of an IT company]. *Sovremennaya ekonomika: problemy i resheniya*. no. 8(80).- pp.46-54. [in Russian]
7. Mогutnova N .N. (2005) Korporativnaya kul'tura: ponyatiya, podkhody [Corporate culture: concepts, approaches] .*Sotsiologicheskies issledovaniya*. no.4. – pp. 130–136. [in Russian]
8. Odegov Yu.G.,Rudenko G.G. (2009) Organizatsionnaya kul'tura: osnovnye aspekty i struktura [Organizational culture: main aspects and structure]. *Upravlenie korporativnoy kul'turoy*.no.4.pp. 246-257. [in Russian]
9. Sbitnev A.(2007) Struktura i motivy formirovaniya korporativnoy kul'tury. [The structure and motives of corporate culture formation]. *Menedzhment i menedzher*. no.9. pp. 9-19. [in Russian]
10. Spivak V. A. (2001) Korporativnaya kul'tura [Corporate culture]. Piter: SPb:Piter. [in Russian]
11. Tarasova O.V., Marinova S.S. (2013) Korporativna kul'tura yak instrument effektivnogo menedzhmentu pidpriemstv [Corporate culture is a tool for effective business management]. *Ekonomika kharchovoi promislovosti*. no.3. pp.28–32. [in Ukrainian]
12. Chernyavskiy A. D.(2007) Korporativne upravlinnya [Corporate management], teach. MAUP [in Ukrainian]
13. Chernishova A.O., Nemchenko T.A. (2010) Deyaki aspekty korporativnoi kul'turi organizatsii [Some aspects of the corporate culture of the organization]. *Naukovi pratsi Kirovogradskogo natsional'nogo tekhnichnogo universitetu. Ekonomichni nauki*. vol.17. pp. 328-330. [in Ukrainian]

14. Khaet G.L., Es'kov O.L. , Kovalevs'kiy S.V. (2003) Korporativna kul'tura [Corporate culture], teach. K: Tsentr navchal'noi literaturi, 403p. [in Ukrainian]
15. Sheyn E. (2007) Organizatsionnaya kul'tura i liderstvo: uchebnik dlya slushateley, obuchayushchikhsya po programmam «Master delovogo administrirovaniya»: per. s angl. / E. Sheyn; pod red. T. Yu. Kovalevoy. Piter: SPb:Piter [in Russian]
16. Dile T., Kennedy A. (1982) Corporate cultures. Reading, MA: Addison-Wesleys. [in English]
17. Shein E.H. (1990) Organizatsionnaya kul'tura [Organizational culture]. American psychologist. vol. 45(1).pp.. 109–119. [in English]
18. Smircich L. Concepts o Culture and organizational analyses. Administrative Science Quarterly. no.28. pp.339-358. [in English]
19. Ouchi, W.G. (1981) Theory «Z»: How American business can meet the Japanese challenge. Boston: Addison-Wesley. [in English]