

УДК 005.73:005.35

М.І. Овчаренко

Сумський державний університет

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ХАРАКТЕРИСТИК ЕЛЕМЕНТІВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

У статті здійснено порівняння підходів до характеристики елементів організаційної культури на основі запропонованих критеріїв, виходячи з місця корпоративної культури в структурі організації.

Ключові слова: корпоративна культура, складові елементи корпоративної культури, організація.

В статті осуществлено сравнение подходов к характеристике элементов организационной культуры на основе предложенных критериев, исходя из места корпоративной культуры в структуре организации.

Ключевые слова: корпоративная культура, элементы корпоративной культуры, организация.

The article presents the comparison of approaches to the characterization of the elements of organizational culture on the basis of proposed criteria based on the location of corporate culture in the structure of the organization.

Key words: corporate culture, elements of corporate culture, organization.

Передумовами формування корпоративної культури на сучасних українських підприємствах, перш за все, є ті інтеграційні процеси, що здійснюються в економіці України. Корпоративна культура на сьогодні є атрибутом підприємства, яке піклується про свій імідж, ділову репутацію, як всередині, так і за її межами. За своєю суттю корпоративна культура в Україні є своєрідною сумішшю стереотипів поведінки та дій, що перенесено з епохи командної економіки, запозичень із західного досвіду, яка складається з ділової культури та «правил гри» [2]. На сьогодні процес формування корпоративної культури ще не скінчено, оскільки динаміка змін в науковій думці суттєво впливає на її становлення та розвиток. Наявність великої кількості інтерпретацій щодо понятійного апарату та безлічі підходів до визначення ключових елементів корпоративної культури, говорить про недостатню вивченість цього питання.

Питанням дослідження поняття «корпоративна культура» та її складових елементів приділяється значна увага як з боку зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Важливий внесок у розроблення даної проблеми зробили ряд зарубіжних вчених, таких як Р. Морган, С.П. Роббінс, А.Ф. Харріс, Е. Шейн та інші. Серед вітчизняних учених проблема дослідження структурних елементів на сьогодні набуває все більшої актуальності у міру того, як інтенсивно починає формуватись корпоративна культура на українських підприємствах. Дана проблема широко досліджена в працях таких відомих науковців як О. Бала, О.А. Грішнова, І. Драгомирова, А.В. Науменко, Л.Г. Хаєт та інших. Разом з тим відкритим залишається питання систематизації існуючих підходів до визначення структури корпоративної культури, що стримує подальший розвиток досліджень у напрямі впливу складових корпоративної культури на діяльність організації.

Мета статті полягає у дослідженні та порівнянні існуючих підходів до характеристики складових елементів корпоративної культури.

Елементи, які включають в організаційну культуру, різняться залежно від підходу, якого дотримується вчений і визначення, яке він дає культурі організації. Більшість дослідників роблять акцент на психологічному впливі корпоративної культури на працівників підприємства, як основній силі й причини її використання, як потенційно ефективного інструменту управління. Відповідно можна виділити

наступні основні складові організаційної культури: цінності, міфи, історія, символи (імідж), обряди та ритуали. Можна сказати, що це опис ідеального рівня культури організації. Матеріальний рівень (якому багато дослідників не приділяють достатньої уваги як складовій корпоративної культури) включає в себе все різноманіття процесів і відносин, характер котрих може вимірюватися і змінюється в залежності від проголошуваних керівництвом організації основних цінностей.

Засновником вивчення структури корпоративної культури є Е. Шейн, який виділяє три рівні корпоративної культури:

- зовнішні ритуали і церемонії, психологічний клімат у колективі, стиль одягу, «міфи і легенди», «герої» й «антигерої», манера спілкування, технологія виробництва і т.п.;
- цінності і вірування, стратегії і філософія, проголошені цілі;
- національна культура, менталітет, особливості сприйняття [3].

На сьогоднішній день існує безліч різних підходів до виявлення структурних елементів корпоративної культури. Розглянемо найбільш відомі з них.

С.П. Роббінс розглядає корпоративну культуру на основі характеристик, які найбільш цінуються в організації: особиста ініціатива; управлінська підтримка; готовність йти на ризик; контроль; чіткі цілі; лояльність співробітників; узгодження дій; система винагороди [4].

Вищеперелічені характеристики дозволяють оцінити тільки організаційну поведінку і систему мотивації працівників. Проте з цих позицій не можна проаналізувати корпоративну культуру як динамічну середу, що визначає зовнішню та внутрішню комунікацію організації.

А.Ф. Харріс і Р. Морган пропонують інші 10 характеристик [5]:

- усвідомлення себе і свого місця в організації;
- комунікаційна система та мова спілкування (використання усної, письмової, невербальної комунікації, жаргонів, жестів тощо);
- зовнішній вигляд, одяг і представлення себе на роботі (уніформа, діловий стиль, косметика, зачіска і т.д.);
- що і як їдять люди, звички і традиції у цій галузі;
- взаємовідносини між людьми (за віком і статтю, за статусом, досвідом і знаннями, релігією і громадянством і т.п.);
- усвідомлення часу, відношення до нього і його використання;
- цінності й норми;
- віра у щось і відношення або прихильність до чогось (віра керівництва в свої сили, у взаємодопомогу, в етичну поведінку, у справедливість);
- процес розвитку працівника і навчання;
- трудова етика і мотивування.

Дослідження Харріса і Моргана, крім організаційної поведінки та системи мотивації, аналізує явище соціалізації в праці, що дуже важливо для оцінки корпоративної культури, оскільки усвідомлення людиною свого місця в організації є фундаментом корпоративної культури. Також вони частково торкаються й матеріальної сторони.

В.А. Співак наступним чином визначає елементи корпоративної культури: культура умов праці, культура засобів праці, культура міжособистісних відносин, культура управління, культура працівника [6].

К.О. Журальова визначає структуру корпоративної культури як цінності, цілі, комунікація, символи і культура засобів праці, умов праці та трудового процесу [7].

Е.А. Капітонов виділяє 9 основних елементів корпоративної культури [8]:

- декларація корпоративної місії (складається з трьох елементів: пріоритетні цілі, цінності та стратегії);
- корпоративна філософія (виступає як система основних ідей, цінностей, переконань, поглядів, що функціонують в організаційно-управлінському середовищі як бачення компанії);
- корпоративний дух (морально-психологічний клімат, соціально-психологічні настрої співробітників);
- стиль керівництва та лідерства;
- корпоративне управління (способи і методи управління корпоративною діяльністю компанії в цілому);
- корпоративна етика (система норм моральної корпоративної поведінки керівництва, персоналу всередині організації і у взаєминах з представниками зовнішнього середовища, відтворена в кодексах);
- управління людськими ресурсами;
- корпоративний імідж і репутація;
- культура якості (процес управління якістю як елемент корпоративної відповідальності перед суспільством за якість і безпеку продукції та послуг).

А.В. Аверін виділяє наступні елементи корпоративної культури: корпоративна філософія «спільної долі», декларація корпоративної місії, корпоративний дух, концепція розвитку «людського капіталу», система внутрішньокорпоративного інформування, культура професійної самосвідомості [9].

В. Носков, А. Кальянов виділяють зовнішні та внутрішні атрибути корпоративної культури. Зовнішні – фірмовий стиль, символи, слогани, ритуали, корпоративні вечірки. Внутрішні атрибути – усвідомлення персоналом міцності фінансового стану фірми і чітке бачення напрямів і шляхів розвитку, наявність механізму стимулювання і професійного вдосконалення співробітників, впровадження винагород за високу якість роботи, розвинена система соціального захисту співробітників, гнучкі форми індивідуальної, командної і колективної роботи [10].

І. Ансофф виділяє наступні параметри корпоративної культури: втручання в особисте життя, вплив підприємства на самопочуття співробітників, захист інтересів, функціонування підприємства, просування по службі, мотивація, соціальні зв'язки, життя і робота, позиція, прагнення, ставлення до свободи, відчуття, прийняття рішень [11].

О. Бала [12] виділяє зовнішні (відносини із зовнішнім середовищем, культурні орієнтири, соціальна відповідальність, зовнішні прояви) і внутрішні (управління, розвиток працівників, фінансове забезпечення, ціннісні орієнтири, організаційний клімат, система мотивування) рівні прояву корпоративної культури та критерії оцінювання кожного з них.

В.Н. Парсяк і І.М. Драгомирова виділяють наступні групи елементів корпоративної культури: у відношенні з оточуючими, на внутрішньо організаційному рівні, організаційні цінності, традиції, моральні цінності, інноваційно-підприємницькі цінності, символічно-знакові елементи [13].

Грішнова О.А. серед структурних елементів гнучкої корпоративної культури виділяє прагнення домогтися результату, командну роботу, ефективно організовані комунікації, систему неформальних зв'язків на основі особистих контактів, делегування повноважень тощо [14].

Звертаючись до вітчизняного досвіду, треба звернути увагу на запропоновану Л.Г. Хастом багаторівневу структуру організаційної культури, що враховує наявність прямих і зворотних зв'язків між рівнями [15]:

- мораль; сенс життя і діяльності, цінності, переконання, вірування, уявлення, установки;
- місія організації, заявлена «зухвала мета» (еталон місії), задекларовані ділові принципи;
- фірмовий стиль; поведінка, етикет; мова спілкування, прапор, гімн, товарний знак, ритуали, свято; історія, міфи, герої, фізична культура.

Проведений аналіз підходів до характеристики складових корпоративної культури говорить про те, що на сьогодні відсутній єдиний підхід до тлумачення її структурних елементів. Більше того, різняться і саме наповнення поняття елементів, наприклад, одні з авторів організаційну культуру поділяють на рівні, інші – на характеристики, які найбільше цінуються в організації, також існує поділ на внутрішні та зовнішні форми прояву, на систему підкультур та інше.

З метою узагальнення існуючих підходів та більш чіткого розуміння сутності корпоративної культури через виділення її структурних елементів автор пропонує все ж таки повернутись до першоджерел становлення корпоративної культури, оскільки становлення і формування корпоративної культури відбувається в організації. Поняття «організація» базується на таких складових її елементів, як ціль, структура, технологія, персонал, фінанси та управління, які взаємодіють із зовнішнім та внутрішнім середовищами. А тому корпоративну культуру слід позиціонувати в структурі організації як взаємний вплив як кожного з її елементів на культуру, так і вплив організаційної культури на формування зазначених складових (рис. 1).

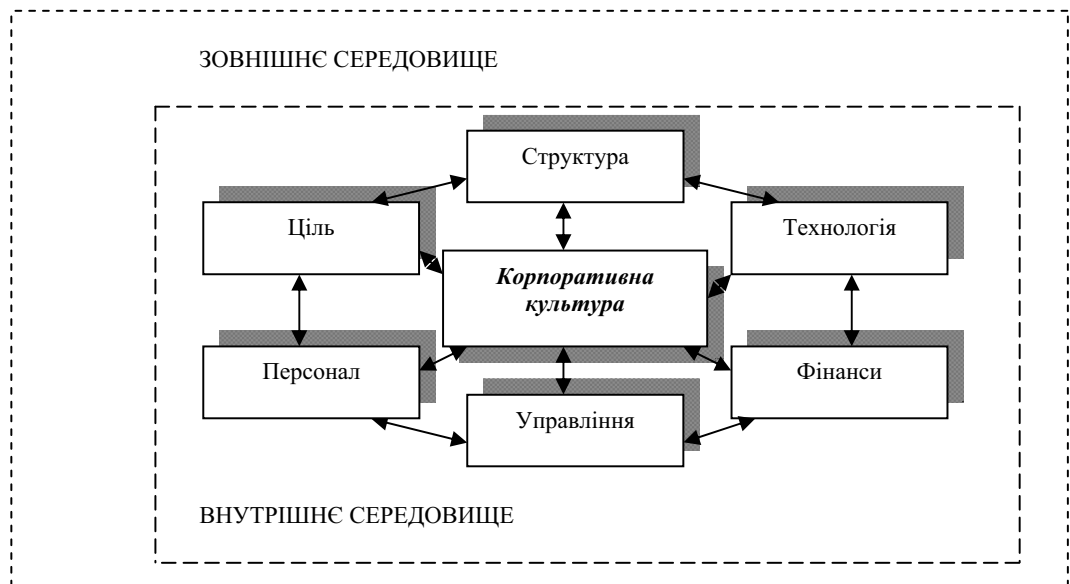


Рис. 1. Місце корпоративної культури в структурі організації

Виходячи з означеної ролі корпоративної культури в структурі організації можна виділити основні елементи її прояву, які так чи інакше відображають взаємозв'язок визначених елементів. Узагальнюючи і систематизуючи всі перераховані вище підходи, пропонується розглядати такі складові корпоративної культури: психологічна складова, організаційна поведінка, система мотивації, матеріальна складова, явище соціалізації, управлінська складова. Слід зазначити, що дані складові включають в себе інші структурні компоненти, які входять в ту чи іншу

групу, і які можуть якісно та кількісно охарактеризувати ступінь розвитку та впливу тієї чи іншої складової.

Проведемо порівняльний аналіз підходів різних вчених до поділу корпоративної культури на складові елементи, ґрунтуючись на запропонованих вище базових критеріях (табл. 1).

Аналіз таблиці 1 дає можливість зробити наступні висновки. По-перше, як серед зарубіжних, так і серед вітчизняних вчених немає спільної думки щодо структурного наповнення поняття «корпоративна культура». Беззаперечними елементами організаційної культури за думкою більшості дослідників є психологічна складова та організаційна складова.

Таблиця 1. Порівняльний аналіз підходів до поділу корпоративної культури на складові елементи

Автор	психологічна складова	організаційна поведінка	система мотивації	матеріальна складова	явище соціалізації	управлінська складова
Шейн	+	+		+		
Роббінс		+	+			
Харріс, Морган	+	+	+	+	+	
Співак	+	+		+		
Журавльова	+	+		+		+
Капітонов	+	+			+	+
Аверин	+	+		+	+	
Савчук, Носков	+	+	+		+	
Ансофф	+		+		+	+
Бала	+		+	+		+
Парсяк, Драгомирова	+	+				
Грیشнова, Науменко				+		+
Хаєт	+	+				
Всього, у т.ч. у % відношенні до загального числа досліджених теоретичних думок вчених	11 85	10 77	5 38	7 54	5 38	5 38

Психологічна складова включає в себе цінності, міфи, історію, символи (імідж), обряди та ритуали, а організаційна поведінка базується на особистій ініціативі, готовності йти на ризик, чітких цілях, лояльності співробітників, узгодженості дій та інших. Проте з плином часу, коли ми спостерігаємо, як змінюється сама філософія ведення бізнесу, багато дослідників виявляє все нові і нові аспекти прояву корпоративної культури в організації. Так, серед сукупного числа досліджених теоретичних думок як вітчизняних так і зарубіжних вчених 54% схиляються до включення в структуру корпоративної культури матеріальної складової. Систему мотивації, явище соціалізації та управлінську складову включають у структуру корпоративної культури 5 з 13 дослідників.

Висновки. Таким чином, можна говорити про те, що для формування корпоративної культури на достатньо високому рівні слід звертати увагу на весь спектр її елементів, які відповідають структурним компонентам самої організації. Проте для

того, щоб виявити вплив культури на ефективність діяльності підприємства, доцільно більш детально охарактеризувати запропоновані складові корпоративної культури, що є перспективою подальших досліджень в обраному напрямку.

Бібліографічні посилання і примітки

1. Робота виконана за рахунок бюджетних коштів, наданих як грант Президента України на виконання науково-дослідної роботи №GP/F32/087 «Формування механізму управління потенціалом інноваційного розвитку промислових підприємств у контексті концепції стійкого розвитку».
2. Башук Т.О. Доцільність формування корпоративної культури на підприємстві / Т.О. Башук, А.М. Жолудева // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №2. – С. 179–183.
3. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.
4. Роббинс С.П. Менеджмент / С.П. Роббинс, М. Коултер. – М.: Вильямс, 2002. – 880 с.
5. Harris P.R. Managing Cultural Differences / P.R. Harris, R.T. Morgan. – Gulf Publishing Company, 1991.
6. Спивак В. Корпоративная культура / В. Спивак. – СПб.: Питер, 2001. – 352 с.
7. Журавлева Е.А. Корпоративная культура как фактор повышения эффективности деятельности предприятия: дисс. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.05 / Е.А. Журавлева. – М., 2010. – С. 165.
8. Капитонов А.Э. Корпоративная культура и PR / А.Э. Капитонов. – М.: Март, 2003. – 416 с.
9. Аверин А.В. Социально-экономические основания развития современной корпоративной культуры / А.В. Аверин // Социально-экономическая реальность и политическая власть: сборник статей. – Вып. I. – М.; Ставрополь: Век книги – 3, 2005. – С. 12–14.
10. Носков В. Психологічні детермінанти корпоративної культури / В. Носков, А. Кальянов // Політичний менеджмент. – 2006. – №3 (17). – С. 76–88.
11. Ансофф И. Новая корпоративная стратеги: пер. с англ. / И. Ансофф; под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.
12. Бала О. Про рейтингування корпоративної культури машинобудівних підприємств / О. Бала, О. Мельник, Р. Бала // Вісник ТНЕУ. – 2008. – №2. – С. 90–97.
13. Парсяк В.Н. Корпоративна культура вищих навчальних закладів: сутність та складові / В.Н. Парсяк, І.М. Драгомірова // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №2. – С. 97–104.
14. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки. – К.: Київ. обл. орг. т-ва «Знання» України. – 2001. – 254 с.
15. Хата Л.Г. Корпоративна культура: навч. посіб. під ред. / Л.Г. Хата. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.

Надійшла до редколегії 06.05.2011