

УДК 351.743:334.722

## КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ПРЕДМЕТ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Л.О.Шемчук

*Анотація.* У статті розкрито становлення уявлень про корпоративну культуру в сфері менеджменту, організаційної психології та педагогіки.

*Ключові слова:* корпоративна культура, офіцери органів внутрішніх справ.

*Аннотация.* В статье раскрывается становление представлений о корпоративной культуре в сфере менеджмента, организационной психологии и педагогики.

*Ключевые слова:* корпоративная культура, офицеры органов внутренних дел.

*Annotation.* In the article, becoming of pictures is exposed of corporate culture in the sphere of management, organizational psychology and pedagogics.

*Keywords:* corporate culture, officers of organs of internal affairs.

**Актуальність теми.** У зв'язку із глибокими перетвореннями, які відбуваються у соціально-економічній, політичній і культурній сферах життя нашої країни, а також із необхідністю побудови громадянського суспільства важливого значення сьогодні набуває розробка нових підходів до організації навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах МВС України, удосконалення фахової підготовки майбутніх працівників правоохоронних органів.

У нормативно-правових документах, які регламентують фахову діяльність правоохоронців і визначають перелік їхніх професійних якостей та рівень професійної компетентності, зазначено, що вони мають усвідомлювати соціальну значущість своєї професії, бути морально стійкими, поділяти корпоративну ідеологію правоохоронного органу, бути носієм корпоративних інтересів та стандартів поведінки, самоідентифікувати себе як представника міліції.

Про актуальність теми свідчить і те, що кожен підрозділ як мікроструктура правоохоронного органу має свою систему сталих, найбільш прийнятних формальних та неформальних правил та норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних та групових інтересів, які підтримуються командуванням, зокрема через стиль керівництва підрозділами. Це визначає поведінку персоналу, їхню задоволеність умовами служби та праці, рівень взаємного співробітництва й сумісності, перспективи спільного подальшого розвитку. Крім того, є особливості корпоративної культури, обумовлені рівнем сформованості загальної і професійної культури у правоохоронному середовищі.

**Метою статті** є характеристика основних напрямів дослідження корпоративної культури.

**Основні результати дослідження.** Феномен корпоративної культури став предметом активного наукового зацікавлення порівняно недавно. Цим явищем спочатку, у 20-30-х роках ХХ ст., зацікавилися дослідники, що вивчали питання теорії організації, її структури і функціонування, поведінки людей і взаємодії груп усередині неї. Одним із перших це поняття використав М.Шериф у 1936 р. Пізніше, у 1952 р., Е.Джакус використав термін «культура підприємства», позначивши цим поняттям те, що відповідає образу мислення, що стало традицією і способом дії працівників підприємства, те, що мають засвоїти і прийняти новачки.

Загалом до 70-х років минулого століття в літературі про організаційну або корпоративну культуру писали епізодично. До цього часу процеси формування культури організацій у всьому світі мали стихійний перебіг, на них майже не звертали уваги ні суб'єкти організаційної влади, ні дослідники. У 70-х роках ХХ ст. було опубліковано працю Т.Діла та А.Кеннеді «Корпоративна культура». Власне з цього часу й почали широко використовувати термін «корпоративна культура». В Україні та Росії цю проблему почали вивчати з 90-х років минулого століття. Йдеться про праці О.Віханського, А.Радугіна, Г.Дмитренка, Е.Капітонова, В.Співака, С.Щербини та ін.

У наш час увага до означеної проблематики обумовлена тим, що культура є механізмом відтворення соціального досвіду та допомагає людям жити та розвиватися у певному кліматогеографічному та соціальному середовищі, зберігаючи єдність та цілісність всього суспільства. При цьому потреба у відтворенні набутого та запозиченого соціального досвіду актуальна і для суспільства, і для окремих організацій. Учені також одноставні стосовно того, що без високої корпоративної культури у наш час неможливий тривалий успіх організації, перспективи її зростання. Очевидним на сьогодні є те, що корпоративна культура відіграє найважливішу роль у діяльності організацій, а також у забезпеченні гуманістичної спрямованості розвитку як суспільства, так і кожної

особистості.

Дослідження корпоративної культури сьогодні здійснюють представники різних галузей знань, насамперед філософії, соціології, економіки, культурології та ін. Зокрема у філософії (С.Аверинцев, Е.Жеріхов, Д.Ходус та ін.) корпоративна культура потрактовується як особлива форма організації та адаптації людини.

У соціології одним з перших проблематику корпоративізму почав розглядати Е.Дюркгейм. Він розкрив значення корпорації в історичному аспекті та в контексті трактування соціальної солідарності, аналізу регламентації свободи у колективній діяльності. Е.Дюркгейм охарактеризував організаційну культуру як особливу реальність, яка існує об'єктивно, незалежно від індивіда, і чинить на нього примусову дію, регулює його поведінку. Учені-соціологи (Т.Базаров, А.Пригожин, В.Співак, Е.Шейн та ін.) корпоративну культуру розглядають як складне багатогранне соціокультурне явище, що ґрунтується на цінностях «загальної долі», професіоналізму, самовираження й саморозвитку, творчості та «співучасті» людей у діяльності сучасної корпорації та визначає сенс роботи й існування корпорації, ставлення до співробітників і суспільства. Як правило, соціокультурний підхід до розгляду корпоративної культури передбачає пошук «внутрішніх» резервів розвитку, забезпечення гармонійної єдності інтересів персоналу і корпорації. Загалом, узагальнивши теоретичні погляди соціологів на суть корпоративної культури, можна дійти висновку, що корпоративну культуру вчені розглядають у контексті соціальної поведінки людей.

Серед економістів поняття «корпоративна культура» стало предметом теоретичного осмислення в науковому доробку А.Кеннеді («Корпоративна культура», 1982), Д.Грейвза («Корпоративна культура: діагноз і зміни», 1986), А.Вілкінс («Развивающий корпоративный характер», 1989), Дж.Тернера («Створюючи корпоративну культуру: від розбіжностей до гармонії», 1992), К.Берквіста («Постмодерні організації», 1993) та ін. Дослідники економічного аспекту звертають увагу на питання організаційного розвитку, поведінки та відповідної їм корпоративної культури.

Пізніше соціологи та спеціалісти організаційно-управлінської сфери (Р.Блейк, П.Друкер, Р.Лайкерг, Е.Шейн та ін.) визначили головні риси та дали загальне трактування корпоративної культури. З 90-х років Р.Аккоф, Дж.Коттер, В.Сате, С.Роббінс, Дж.Тернер та ін. довели, що корпоративну культуру слід розглядати як символічний інструмент організаційно-управлінських змін та мотиваційної мобілізації персоналу у корпораціях – співтовариствах для виконання заявлених цінностей, що задають орієнтири для поведінки і різного роду дій.

Загалом учені значення корпоративної культури вбачають у її організаційній ефективності, за умови, якщо культура організації узгоджується з її загальною метою. З огляду на це, вчені трактують культуру як могутній стратегічний інструмент, що дозволяє орієнтувати всі підрозділи та окремих співробітників на спільні цілі, мобілізувати ініціативу співробітників та забезпечити продуктивну взаємодію. У цьому контексті корпоративну культуру дослідники розглядають як сукупність норм, правил, звичаїв та традицій, що їх підтримують суб'єкти організаційної влади та які задають загальні рамки поведінки працівників, узгоджені зі стратегією організації [1, с. 190].

Упродовж ХХ ст. оформилась у самостійну галузь наука кадрового менеджменту (Дж.Грейсон, Б.Мільнер, М.Мескон та ін.) як особлива сфера професійної діяльності. Вчені стосовно роботи з персоналом розробили два підходи. Один з них акцентував увагу на використанні методів оптимізації організаційних, технічних і соціальних компонентів виробничих систем, а інший – на значенні морально-психологічних і соціально організаційних чинників для ефективного функціонування персоналу організацій. Так учені почали розробляти принципи, методи і форми управління виробництвом, норми і правила взаємин між людьми – усе те, що характеризує корпоративну культуру.

З 60-70-х років минулого століття традиційний менеджмент, як зазначають Е.Капітонов, Г.Зінченко та О.Капітонов, з надміром адміністрування, адміністративним лідером («людина організації») та пріоритетами виробництва, фінансової логістики, цільового маркетингу поступається соціально-етичному менеджменту та маркетингу, критичним фактором яких стає культура, що дає великий ефект [2, с. 4].

Загалом сьогодні у теорії менеджменту (організаційно-управлінської сфери) вчені звертають увагу на значення корпоративної культури для згуртування колективу. Як зазначає А.Занковський, саме корпоративна культура задає певну систему координат, що пояснює, чому організація функціонує саме таким чином. Корпоративна культура є своєрідним ціннісним «полем», яке об'єднує організацію у єдине ціле, задаючи систему ціннісних координат як для співробітників-виконавців, так і для керівництва. За таких умов, на думку вченого, вона дозволяє значною мірою згладити проблему узгодження індивідуальних цілей із загальною метою організації, формуючи її спільний культурний простір, що охоплює цінності, норми та поведінкові моделі, які поділяє більшість співробітників [1, с. 191].

Як бачимо, менеджмент та корпоративна культура мають багато спільного. Ці поняття близькі, взаємопов'язані, дець перетинаються, але в жодному разі не збігаються. Стосовно відмінностей між ними, Г.Хаєт звертає увагу на те, якщо корпоративну культуру можна розглядати передусім як систему цінностей, вірувань, ритуалів і т. д., то менеджмент – насамперед як парадигму управління, поєднання концептуальних характеристик методів управління [3, с. 129].

Загалом аналіз економіко-управлінської літератури свідчить, що вчені розглядають корпоративну культуру як засіб, за допомогою якого можна формувати й контролювати норми поведінки і сприйняття, доцільні для певної організації. Корпоративну культуру не можна вважати чимось даним, абсолютним: вона постійно змінюється із зміною людей і подій в організації. Учені-економісти та представники теорії управління значення корпоративної культури вбачають у тому, що вона формує певний імідж організації, який відрізняє її від будь-якої іншої, створює систему соціальної стабільності в організації, а також викликає почуття спільності у всіх членів організації і підвищує ступінь їхнього залучення у справи організації і відданість їй.

Вивченням проблем корпоративної культури сьогодні також безпосередньо здійснюється у такій галузі наукового знання, як організаційна психологія (Л.Карамушка, В.Моль, Л.Розенталь, Б.Рюттінгер та ін.). Зокрема В.Моль, Л.Розенталь, Б.Рюттінгер трактують корпоративну культуру як важливий засіб адаптації до умов навколишнього середовища, яке вже себе виправдало та закріпилось в організації. Інші функції корпоративної культури, на думку вчених, стосуються внутрішньої соціальної інтеграції та підвищення мотивації співробітників. З позиції організації корпоративна культура насамперед повинна спростити координацію процесу роботи, а з позиції працівників вона є важливим компонентом соціальної ідентичності та орієнтиром для їх дій у професійному житті [7, с. 420]. Загалом учені доходять висновку, що саме корпоративна культура забезпечує високу внутрішню інтеграцію та зовнішню адаптацію (стійкість розвитку організації та співробітників, успішність досягнення цілей) організації.

Серед педагогів одним з перших окремі питання корпоративної культури розглядав А.Макаренко. Вчений у своїх працях вказував на особливе значення організації у керуванні колективом. Він вважав, що організація колективу, організація вимог до людини, організація реальних, живих, цільових спрямувань людини разом з колективом – ось що повинно бути змістом виховної роботи. У своєму науковому доробку А.Макаренко зробив певні спроби теоретично осмислити корпоративну культуру, зокрема в основі складових навчання він виокремлює такі елементи корпоративної культури, як цінності, переконання, норми, правила поведінки. Учений вважав, що для об'єднання і виховання дитячого колективу важливо враховувати закони руху колективу, ставити суспільно значущі та захопливі для дітей перспективи, залучати їх у спільну діяльність колективу на основі самоврядування і традицій. А.Макаренко також вів мову про взаємну відповідальність, стосунки відповідальної залежності як основи об'єднання колективу, необхідність дотримання принципів перспективних ліній і паралельної дії, поєднання вимогливості та довіри, організацію «повсякденного життя колективу» [4].

Значну увагу такому компоненту корпоративної культури, як цінності та норми поведінки, приділяв видатний український педагог В.Сухомлинський. Про це він писав у працях «Проблеми виховання всебічно розвиненої особистості», «Духовний світ школяра», «Методика виховання колективу» та ін. Важливим є трактування Сухомлинським поняття колективу та його значення для розвитку особистості. Вчений зазначав, що «життя і праця в колективі є школою становлення буквально всіх рис особистості. Від того, які ідеї лежать в основі трудових, духовних, морально-етичних взаємин між членами колективу як людської спілки, залежить становлення понять і уявлень особистості про добро і зло, про обов'язок і справедливість, честь і гідність. Внутрішня сутність колективу – це нічим не замінювана ідейна і морально-емоційна єдність особистостей, яка виражається в їхній спільній і організованій суспільно необхідній діяльності» [8, с. 156].

Широко вживати поняття корпоративної культури у педагогіці почали з кінця минулого століття. Педагоги розглядають прояв корпоративної культури насамперед на індивідуальному рівні, трактуючи її як психолого-педагогічне явище. У наш час вчені вивчають умови та специфіку формування корпоративної культури у представників різних галузей знань, зокрема цим питанням присвячені роботи Л.Валіахметової (формування корпоративної культури у співробітників кредитно-фінансових організацій), О.Разумової (формування корпоративної культури у майбутніх менеджерів у процесі професійної підготовки у навчальному закладі), Т.Романюк (формування корпоративної культури засобами мови у майбутніх спеціалістів сервісу), Ж.Суртаєвої (умови становлення корпоративної культури суб'єктів неформальної освіти), О.Чижикової (формування корпоративної культури студентського співтовариства вищого навчального закладу) та ін.

Проблеми формування корпоративної культури в силових структурах досліджують А.Бочкарьов,

С.Гольєв, А.Метельков, О.Ходань та ін. Зокрема, А.Бочкарьов вивчав особливості корпоративної культури офіцерського корпусу, А.Метельков – питання формування корпоративної культури у майбутніх співробітників прикордонних органів у період їх підготовки у навчальному закладі [5], а О.Ходань – формування корпоративної культури майбутніх офіцерів у процесі фахової підготовки [9].

Учені сьогодні трактують поняття «корпоративна культура» досить неоднозначно. Кожне із зазначених визначень можна розглядати як окрему спробу, етап шляху до розкриття змістовних характеристик цього поняття. Зокрема В.Моль, Л.Розенталь, Б.Рюттінгер вважають, що всі численні підходи до вивчення корпоративної культури можна об'єднати у два напрями: кількісний та метафоричний [7, с. 419]. На думку О.Черних, для впорядкування понятійного апарату галузі корпоративної культури можна виокремити п'ять груп визначень: через характеристику ціннісних уявлень; аналіз чинників, що впливають на корпоративну культуру і на життя організації; вивчення моделі, манери або способу діяльності, поведінки і мислення; з'ясування структурно-функціональних традицій як системи зразків, норм і ролей; на основі метафоричного підходу, тобто образної характеристики організації [10]. Як бачимо, через нерозробленість єдиної основи класифікації досить складно на сьогодні визначити сутність та складові компоненти корпоративної культури.

Загалом аналіз визначень «корпоративна культура» показав, що найчастіше це поняття визначають як загальний засіб, принцип функціонування організації, механізм його життєдіяльності у суспільстві (*соціологічний підхід*). Зокрема Е.Шейн розглядав її як інтегрований набір, сукупність колективних базових правил, винайдених, відкритих або вироблених певною групою людей у міру того, як вони вчилися розв'язувати проблеми, пов'язані з адаптацією до зовнішнього середовища і внутрішньою інтеграцією. Отже, на думку Е.Шейна, нових членів групи слід навчати цим правилам як єдино правильному способу осягати що-небудь, думати і відчувати в ситуаціях, пов'язаних з вирішенням подібних проблем [11]. Свого часу М.Пакановський, Н.О'Доннел-Тружилліо (1982) стверджували, що це не те, що організація має, а те, чим вона є. У цьому ж напрямі трактували корпоративну культуру і Д.Дреннан, А.Фурнхам, Б.Гунтер, А.Мак-Лін, Ж.Маршалл, В.Томілов та ін.

По-друге, корпоративну культуру пов'язують із цінностями та установками (*аксіологічний підхід*). Зокрема Р.Кілманн і М.Сакстон (1986) вважають, що корпоративна культура – це насамперед філософські та ідеологічні уявлення, цінності, переконання, очікування, атитюди і норми, які пов'язують організацію в єдине ціле та які поділяють усі члени. Учені Е.Капітонов, Г.Зінченко та О.Капітонов визначають корпоративну культуру таким чином: це якісна реалізація різновидів позитивного корпоративізму на основі системи цінностей соціального партнерства, що їх поділяють співпрацівники корпорації, та які визначають їхню поведінку, характер діяльності, максимізацію корпоративного духу і менеджменту із соціально-етичною відповідальністю [2, с. 115]. У подібному ключі трактують корпоративну культуру М.Армстронг, Е.Браун, П.Журавльов, Л.Елдрідж, Б.Карлофф, Р.Кричевський, А.Кромбі, Ю.Одегов, С.Роббінс, В.Сате та ін.

Нарешті, по-третє, ще одні вчені ототожнюють корпоративну культуру із «символікою», за допомогою якої члени організації наслідують ціннісні орієнтації (*символічний підхід*). Зокрема У.Оучі (1981) вважає, що корпоративна культура – це символи, церемонії і міфи, які повідомляють членам організації, важливі уявлення про цінності та переконання [6]. На думку Л.Смірсіч (1983), корпоративну культуру можна розглядати як набуті смислові системи, що передаються за допомогою природної мови та інших символічних засобів, виконують репрезентативні, директивні й афективні функції і можуть створювати культурний простір та особливе відчуття реальності [12].

Таким чином, як бачимо, термін «корпоративна культура» дуже складний і багатогранний. Він містить безліч взаємозв'язаних елементів, які доповнюють один одного і становлять основу для успішного функціонування будь-якої організації. Поняття корпоративної культури учені розглядають в контексті організації життєдіяльності організації, питань взаємодії членів колективу, соціальних норм, клімату в колективі та ін. Можна стверджувати, що всі автори розглядають корпоративну культуру як інтегративне поняття, що відображає, з однієї сторони, соціальну єдність та згуртованість організації, а з іншої – ефективність її діяльності.

Загалом вивчення і узагальнення сучасних поглядів на сутність поняття «корпоративна культура» дозволяє розглядати корпоративну культуру як складне багаторівневе явище, що містить систему цінностей і норм організації, які визначають моральні орієнтації, характер відносин та поведінки членів колективу організації. Для нашого дослідження важливе значення має той аспект, що в усіх цих визначеннях враховано, що корпоративна культура може виявлятися на індивідуальному, міжособистісному, внутрішньокорпоративному та загальносоціальному рівнях. Зокрема щодо загальносоціального рівня можна вести мову про те, що корпоративна культура офіцерів органів внутрішніх справ – це унікальний культурний феномен, що об'єднує цінності, цілі, правила і норми

поведінки та спілкування між офіцерами, прийняті всіма незалежно від звань і посад, та спрямований на забезпечення професійної діяльності із захисту прав громадян.

Для розгляду корпоративної культури на індивідуальному рівні важливе значення має діяльнісний підхід до характеристики культури. Представники цього підходу (А. Арнольдов, Ю. Жданов, М. Каган, Л. Коган, В. Межуєв та ін.) розглядають культуру як універсальну характеристику діяльності, що задає соціально-гуманістичну програму й визначає спрямованість того або іншого виду діяльності, її ціннісних типологічних особливостей і результатів. Загалом, у контексті діяльнісного підходу культуру особистості можна трактувати як соціально обумовлений рівень її розвитку в будь-якій сфері діяльності. Культура особистості у цьому випадку є виявом, рівнем оволодіння людиною тією або іншою сферою знань або діяльності, способом перетворювальної діяльності щодо світу й себе. Освоєння офіцером органів внутрішніх справ корпоративної культури в такому випадку можна розглядати як процес нагромадження знань про сутність та особливості корпоративної культури, досвід їх використання у професійній діяльності й поведінці, оволодіння способами практичної діяльності відповідно до цінностей, вимог і норм корпоративної культури.

**Висновки.** На становлення наукових уявлень про «корпоративну культуру» великий вплив мали різні теоретичні та емпіричні дослідження як у сфері культури, так і в сфері економіки, менеджменту, організаційної психології та ін. Аналіз психолого-педагогічної літератури свідчить, що учені розглядають корпоративну культуру як системну характеристику організації, яка має свої прояви на загальносоціальному, внутрішньокорпоративному, міжособистісному та індивідуальному рівнях. На основі діяльнісного підходу корпоративну культуру офіцера органів внутрішніх справ можна визначити як професійно важливу особистісну властивість, що охоплює сукупність знань про сутність та особливості корпоративної культури, досвід їх використання у професійній діяльності, оволодіння способами практичної діяльності відповідно до корпоративних цінностей, вимог і норм. Значення корпоративної культури офіцерів органів внутрішніх справ полягає в тому, що вона є дієвим регулятором їхньої діяльності та забезпечує ефективність виконання завдань із забезпечення законності та охорони правопорядку.

Перспективами подальших досліджень є визначення критеріїв, показників та рівнів сформованості корпоративної культури у майбутніх офіцерів органів внутрішніх справ.

### Література

1. Занковський, А. Н. Психология лидерства : от поведенческой модели к культурно-ценностной парадигме. – М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2011. – 296 с.
2. Капитонов, Э. А. Корпоративная культура : теория и практика / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. – М. : Альфа-Пресс, 2005. – 352 с.
3. Корпоративна культура / Під заг. ред. Г. Л. Хаєта. – К. : Центр учбової літератури, 2003. – 403 с.
4. Макаренко, А. С. Коллектив и воспитание личности: учеб. пособие для пед. ин-тов / сост. В. В. Кумарин. – М. : Педагогика, 1972. – 336 с.
5. Метельков, А. Ю. Формирование организационной культуры сотрудников пограничных органов в период их подготовки в вузе : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / А. Ю. Метельков. – М., 2010. – 135 с.
6. Оучи, В. Теория «Z». Методы организации производства. Японский и американский подходы / В. Оучи ; пер. с англ. – М. : Экономика, 1984. – 183 с.
7. Розенталь, Л. Организационная психология / Л. Фон Розенталь, В. Мольт, Б. Рюттингер / Пер. с нем. – Харьков : Изд-во Гуманитарный центр, 2014. – 464 с.
8. Сухомлинський, В. О. Проблеми виховання всебічно розвиненої особистості / В. О. Сухомлинський // Вибр. твори : в 5 т. – К. : Рад. шк, 1976. – Т. 1. – 654 с.
9. Ходань, О. Л. Формування корпоративної культури майбутніх офіцерів у процесі фазової підготовки : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / О. Л. Ходань. – Хмельницький, 2010. – 172 с.
10. Черных, Е. А. Организационная культура предприятия в системе управления персоналом : дисс. ... канд. эконом. наук : 08.00.05 / Е. А. Черных. – М., 2006. – 212 с.
11. Шейн, Э. Х. Организационная культура и лидерство / Э. Х. Шейн ; под ред. В. А. Спивака ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2002. – 336. : ил. – [Серия «Теория и практика менеджмента»].
12. Smircich, L. Concepts of culture and organizational analysis / L. Smircich // Administrative Science Quarterly. – V. 28. – 1983. – P. 339–358.