

МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ

УДК 65:331.108.2

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА, ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА, ДОВІРА: ДІАЛЕКТИКА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ФЕНОМЕНІВ[©]

Г.І. АНДРУЩЕНКО,
*доктор соціологічних наук, доцент,
завідувачка кафедри фундаментальних
і соціально-гуманітарних дисциплін,
Криворізький металургійний інститут
Національної металургійної
академії України
(м. Кривий Ріг)*

У статті розкрито внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на ефективність діяльності організації. У процесі вивчення цих факторів виявлено нетрадиційні фактори, що нерідко знаходяться поза увагою керівництва організації внаслідок їх неявного прояву, але роль яких є важливою для успішності діяльності організації як у коротко-, так і у довгостроковій перспективі. Одним із найважливіших серед них виокремлено корпоративну культуру, феномен якої полягає в тому, що вона разом з умовами господарювання також схильна до змін, але, змінюючись, за допомогою інструменту довіри полегшує адаптацію організації до нових умов. Встановлено, що довіра як моральна цінність виступає важливою складовою корпоративної культури організації; корпоративна культура при наявності довіри у її складі може сприяти ефективності діяльності організації, допомагати у створенні стійкої позиції у конкурентній боротьбі.

Ключові слова: довіра, довірчі відносини, організація, особистість, корпоративна культура, мотивація, моральна цінність.

Літ. 18.

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання, разом із трансформаційними процесами в українському суспільстві, зумовили й трансформацію систем управління організацій, зміну цілей їх діяльності, характеру розвитку культури, що, в свою чергу, здійснило вплив на зміни в організаційній ідеології та методах боротьби за сильні ринкові позиції. У такому контексті для вивчення особливостей функціонування організацій у сучасних ринкових умовах доречно вести мову про поняття корпоративної культури. Особливість феномену корпоративної культури полягає в тому, що вона також схильна до змін, але, змінюючись, полегшує адаптацію організації до нових умов. У зв'язку з цим, важливо з'ясувати, як і за допомогою яких внутрішніх ресурсів корпоративна культура може впливати на управління, вдосконалюючи його, і які чинники впливають на цей процес.

Оскільки в основі утворення і розвитку будь-якої організації лежать людські відносини, а люди виступають носіями цінностей і переконань, то також важливим є вивчення норм їх поведінки в організації та закономірностей, яким підпорядковані взаємодії між ними. Зокрема, доцільно акцентувати увагу на ролі довіри у цьому процесі.

© Г.І. АНДРУЩЕНКО, 2017

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід зазначити, що феномен корпоративної культури більшою мірою є полем дослідження таких соціально-гуманітарних наук, як менеджмент, економіка, соціологія, психологія. Проте фахівці з цих напрямів науки переважно зосереджують свою увагу суто на вивченні механізму формування корпоративної культури, організаційних та управлінських аспектів цього процесу, особливостей практичного впровадження корпоративної культури на підприємствах, установах різних організаційно-правових форм і форм власності. Причому більшість вчених, розмірковуючи над сутністю культури корпорації, називає її не корпоративною, а організаційною культурою.

Зарубіжні теоретичні розробки, пов'язані зі становленням структури і змісту теорії організаційної культури, передусім виконувались О. Бессоновою, Т. Вебленом, М. Грановеттером, П. Друкером, В. Іноземцевим, С. Кірдіною, Р. Коузом, О. Олейником, Т. Пітерсом, І. Пригожиним, К. Поланьї, О. Радугіним, В. Радаєвим, Т. Соломанідіна, В. Сате, О. Тоффлером, С. Фроловим, О. Вільямсоном, Р. Вотерманом, Ф. Фукуямою.

Дослідження основних аспектів інституційних чинників, а також впливу культури на економічні процеси розглядаються передусім у працях українських вчених: С. Архієреєва, В. Геєця, В. Демент'єва, О.Коваленко, І.Малого, О. Прутської, В. Студінського, Н.Супрун, А. Чухна, В. Якубенка. Роль культури у становленні відносин власності з'ясували Г. Хаєт, І. Мажура, О. Медведєв. Праці Н. Зубревої, В. Матвієнка, Ж. Малахової, Л. Хижняк присвячені вивченню соціокультурних аспектів організаційної культури, відображають соціально орієнтовані трансформаційні процеси в організації. Серед авторів, які зробили значний внесок у дослідження методології економічної теорії, структури власності, інституційного розвитку слід назвати В. Базилевича, М.Галабурду, А. Гальчинського, А. Гриценка, Г. Задорожного, Ю. Зайцева, М. Кришталя, І. Лазню, В. Мандибуру, С. Мочерного, А. Покритана, І.Радіонову, В. Савчука, В. Тарасевича та інших [1, с.1-2].

Науковий інтерес сучасних вітчизняних вчених до тематики культури організацій також підтверджений захищеними кандидатськими дисертаціями (О. Білецька [2], Н. Наконечна [3], О. Лобко [1]) та монографіями (Н. Краснокутська) в останні роки.

Разом з тим, слід констатувати той факт, що безпосередньо у контексті проблеми, викладеної у статті (а саме, визначенні місця довіри у корпоративній культурі організації), на жаль, наукові доробки вітчизняних вчених майже відсутні, що зумовило необхідність вивчення проблеми формування корпоративної культури та можливості прояву довіри у її складі.

Так нами виявлено, вивчено і в подальшому деталізовано наукові погляди таких відомих вчених-фахівців з різних галузей науки, як В. Андрєєв [7], Н. Антонова [17], О. Бабич [13], Л. Балабанова [14], В. Барінов [9], О. Бусигін [16], О. Віханський [8], О. Дворянов [12], І. Євстигнєєв [6], І. Ігнат'єва [15], О. Кочеткова [18], Л. Макаров, О. Мартіросьянц [11], Т. Нестік [10], Е. Петтігрю, С. Сафоновський [5], Д. Сільверман, Е. Шейн [1]. Дослідження вищевказаних вчених припадають на різний історичний період, але об'єднані зазначеним предметом. Систематизація їхніх здобутків дала змогу докладніше розкрити сутність довіри та виявити її роль у формуванні корпоративної культури організації.

Формулювання цілей статті. То ж метою статті є вивчення сутності довіри на організаційному рівні соціальності та визначення її місця у складі корпоративної культури, адже саме довіра може стати тим самим внутрішнім ресурсом, здатним полегшити адаптацію організацій до сучасних ринкових умов, які постійно змінюються.

З поставленої мети випливає низка ключових завдань дослідження:

- вивчити чинники впливу на ефективність діяльності організації з акцентуванням уваги на корпоративній культурі;
- з'ясувати здатність корпоративної культури до забезпечення мотивації працівників;
- дослідити сутність понять “організаційна культура”, “корпоративна культура” та виявити взаємоз’язок і розбіжності між ними;
- розкрити сутність та визначити роль довіри як невід’ємного елементу системи цінностей, на засадах якої відбувається формування корпоративної культури сучасних організацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. У процесі своєї діяльності організації зіштовхуються із низкою чинників (як зовнішніх, так і внутрішніх), що здатні впливати на ефективність їх роботи, рівень прибутку і відповідно – на рівень добробуту їх персоналу. Якщо впливу зовнішніх чинників організації досить нелегко протистояти, оскільки ці чинники виникають на рівні держави і залежать від впливу економічних, соціальних, політичних змін у суспільстві, технологічних і міжнародних факторів, факторів конкуренції і соціального поведіння тощо, то вплив внутрішніх чинників є достатньо керованим за умови виваженої управлінської політики самої організації.

Серед низки внутрішніх чинників слід виділити вміння керівництва в будь-яких ситуаціях налагодити механізм збереження загальнолюдських моральних цінностей (зокрема, довіри у їх сукупності) у колективі та висувати єдині правила для усієї команди.

Щодо формування атмосфери довіри в організації, то вона залежить від наявності: людської схильності довіряти людям (починає формуватися, перш за все, в сім’ї); досвіду ділових відносин; рекомендацій третьої сторони (зокрема, позитивного відгуку члена команди з високим кредитом довіри від керівництва); зовнішньої, професійної, моральної схожості тощо. Для виникнення довіри та її закріплення в організації важливим є й присутність у співробітників єдності думок у дотриманні прийнятого внутрішньоорганізаційного набору цінностей, норм та принципів діяльності, баченні конкурентної здатності організації та розуміння спільності у докладенні зусиль для її підвищення.

Та особливої уваги у складі внутрішніх факторів у контексті тематики статті заслуговує корпоративна культура, на необхідність формування якої часто не звертає уваги керівництво організації внаслідок її неявного прояву, але яка іноді може відігравати вирішальну роль в успішності діяльності організації як у короткостроковій, так і у довгостроковій перспективах.

Визначення місця та вивчення сутності довіри як складової корпоративної культури організації, на наш погляд, раціонально почати з вивчення самого поняття “корпоративна культура”, для того щоб зрозуміти вихідні передумови, закладені багатьма вченими у дослідження цього феномена.

Слід зазначити, що поряд із поняттям “корпоративна культура” має широке застосування поняття “організаційна культура” внаслідок схожості наукових тлумачень їх змісту. Часто це призводить до їх ототожнення та свідомої / несвідомої підміни. Тому далі звернемось до теоретичних засад даних понять, по чергово вивчаючи їх сутність.

Щодо сутності організаційної культури, то у соціологічних концепціях її прийнято розуміти як систему прийнятих членами організації цінностей, традицій і звичаїв, формальних та неформальних правил і норм поведінки (діяльності), значень і смислів, що зумовлюють способи осмислення актуальної ситуації і реагування на неї. Організаційна культура слугує для відображення індивідуальних та групових інтересів, особливостей поведінки працівників в організації, що відрізняється стилем керівництва, показниками задоволеності роботою, рівнем взаємного співробітництва, ідентифікації працівників з організацією та цілями її розвитку.

У менеджменті виділяють наступні шість складових організаційної культури:

- 1) філософія, що відображає сенс існування організації та її ставлення до співробітників і клієнтів;
- 2) домінуючі всередині організації цінності, які відносяться до цілей її існування або до засобів досягнення цих цілей;
- 3) норми, яких дотримуються співробітники та які визначають принципи взаємовідносин в організації;
- 4) “правила гри” в організації;
- 5) організаційний клімат, що формує характер відносин як між членами організації, так і при їх взаємодії з зовнішніми особами;
- 6) поведінкові ритуали, що виражаються у проведенні в організації певних церемоній, використанні виразів, знаків тощо.

Крім того, в менеджменті є положення й про корпоративну культуру організацій, одним із ключових елементів якої виступає етика бізнесу (ділова етика). Саме у діловій етиці згадується довіра поруч із моральними нормами, необхідними в бізнесі (чесність, взаємоповага тощо).

У соціальній філософії концептуальна модель корпоративної культури представлена системою взаємопов’язаних гетерогенних складових – корпоративна ідеологія, система корпоративної нормотворчості, корпоративна знаково-символічна система, які, в свою чергу, включають такі елементи:

- 1) місія, бачення, корпоративні цінності;
- 2) освіта, правила і норми, корпоративний контроль;
- 3) міфологія, історія, традиції, елементи об’єктивної корпоративної культури, корпоративні комунікації.

Як бачимо, у наведеному вище складі структурних елементів організаційної та корпоративної культури немає чітко вираженої змістової різниці. Так чи інакше, місце довіри ми вбачаємо у пункті з тими корпоративними цінностями, що мають превалювати в будь-якій організації та бути ефективним засобом для досягнення організаційного успіху.

Якщо ж зазирнути в історію виникнення тлумачення організаційної культури в соціології, зокрема, в соціології організацій, то слід відзначити, що вперше цей феномен було опрацьовано в рамках феноменологічного підходу відомим американським соціологом Д. Сільверманом. Термін “організаційна культура”

вперше застосував англійський вчений Е. Петтігрю, розуміючи під ним систему колективних уявлень членів організації про особистість у контексті організаційного середовища та минулого досвіду організації.

Американський психолог швейцарського походження, прибічник раціонально-прагматичного підходу Е. Шейн, визначив організаційну культуру як цілісний образ базових уявлень, які дана група винайшла, виявила або досягла в процесі вирішення проблем адаптації до зовнішнього середовища або забезпечення внутрішньої інтеграції та які мають достатню ефективність, для того, щоб бути гідними передачі новим членам організації. При цьому:

- виникнення організаційної культури має історичний (еволюційний) характер;

- ядром організаційної культури виступає “культурна парадигма організації”, що відіграє роль “фільтра” сторонніх ідей і містить уявлення про належне;

- управління процесами розвитку культури є свідомим і цілеспрямованим;

- носієм базових уявлень виступає організаційне ядро (стійка частина персоналу з найвищим рівнем професіоналізму), що є джерелом соціального контролю в організації [1, с. 114-115].

Вивченням особливостей організаційної культури у рамках різних наук займаються й сучасні російські вчені. Так російський філософ С. Б. Сафоновський до компонентів організаційної культури відносить довірчі відносини у системах управління, що складаються і розвиваються за такими напрямками: довіра економічним реформам, що проводяться; довіра різним фінансово-економічним інститутам (банкам, компаніям, фондам, кредитним установам тощо); довіра державних органів влади приватним інститутам; довіра регулюючим органам; довіра між людьми; довіра між партнерами ділових стосунків; взаємна довіра між працівниками і керівниками; довіра між керівниками; довіра між структурними підрозділами організації [2, с. 15-16].

Російський економіст І. С. Євстигнєєв, не відокремлюючи корпоративну культуру від організаційної, вбачає визначення смислової домінанти організаційної культури у двох аспектах: 1) як загальне ставлення працівника до своєї організації; 2) як загальне ставлення організації та її вищого керівництва до оточуючого середовища, до світу і суспільства в цілому [3, с. 11]. На переконання І. С. Євстигнєєва, цінності складають ядро корпоративної культури і чинять визначальний вплив на формування інших її елементів. Тому створення корпоративної культури повинне починатися перш за все з виділення системи цінностей організації. Для вдосконалення останньої вченим запропоновано наступну типологію цінностей, що домінують в організації: харизматичні, процесуальні, сегмента, цивілізації, загальнолюдські [3, с. 43]. Щодо досліджуваної нами довіри, то буде доречним віднести її до групи загальнолюдських цінностей.

Ще один російський економіст В. В. Андреев з метою вивчення проблем мотивації керівників і фахівців на підприємствах розрізняє чотири групи емоцій, що можуть охоплювати людей – членів певної організаційної культури, коли вони слухають історії свого колективу:

- 1) радість пізнання; задоволення від збудження глибин пам’яті; уявлення себе у різноманітних сценах іншого; відчуття впевненості внаслідок заповнення власної свідомості певною культурною субстанцією, зрозумілою лише собі;

2) адекватне сприймання іноді вражаючої інформації без травмування психіки, що зумовлено особливістю першої концентрувати увагу на природі організаційної культури загалом, а не на вчинках конкретної особи;

3) відчуття у керівників інтересу та піклування про своїх підлеглих;

4) усвідомлення з боку керівників бажання досягти успіху та гостре відчуття необхідності, що сприяє розгляду організаційної культури як інструменту управління.

Якщо перші три групи емоцій є позитивними для всіх членів організації, то четверта група викликана зміною настрою керівництва від розмов про культуру організації до активізації дій і направлена передусім на ефективність використання культури у цілях організації, що може здійснити негативний вплив на емоційний стан її персоналу [4, с. 45].

Відомий російський фахівець зі стратегічного управління О. С. Віханський виділяє кілька стійких ознак для оцінки сильних і слабких сторін, які організаційна культура породжує в організації та за якими можна скласти уявлення про організаційну культуру:

1. Манера представлення організацією себе у різних публікаціях. Так, організації з сильною організаційною культурою прагнуть підкреслити значущість своїх працівників, приділяють велику увагу роз'ясненню власної філософії і пропаганді певних цінностей. Для організацій зі слабкою організаційною культурою характерним є прагнення говорити про формальні організаційні та кількісні аспекти своєї діяльності.

2. Ставлення співробітників до своїх робочих місць, особливості їх взаємодії, предмет розмов між ними.

3. Механізм побудови системи кар'єри в організації та критерії для просування працівників службовими сходами. Так, в організаціях зі слабкою організаційною культурою швидкість просування працівників є високою і зумовлена результатами індивідуальних досягнень. В організаціях із сильною організаційною культурою кар'єра співробітників має довгостроковий характер і перевага при просуванні віддається вмінню працювати у колективі.

4. Існування в організації стійких заповідей, неписаних норм поведінки, ритуальних заходів, переказів, героїв тощо та ступінь поінформованості про це усього персоналу організації. Спостерігається пряма залежність між рівнем знання та ступенем організаційної культури [5, с. 28-29].

Російські фахівці з менеджменту В. О. Барінов та Л. В. Макаров, вивчаючи особливості корпоративної культури організацій, сформулювали три супідрядні ієрархічні рівня етики бізнесу: 1. Світовий рівень (гіпернорми). 2. Національні норми (макрорівень, у масштабі галузі чи національної економіки). 3. Корпоративний рівень (мікрорівень, у масштабі окремої фірми та її клієнтів).

Саме на третьому рівні науковцями зосереджено принципи довіри між різними організаційними суб'єктами (постачальниками і покупцями, персоналом та адміністрацією, менеджерами та акціонерами тощо), недотримання яких може призвести до втрат різного характеру [6].

Вартами уваги є й міркування російського вченого Т.О. Нестіка щодо існування залежності між типом корпоративної культури та значенням формування довіри для організації. Так, якщо корпоративна культура є індивідуалістичною (її часто практикують західні компанії), тобто заснованою на здоровій конкуренції між

професіоналами, то головним критерієм довіри колегам є результативність, а не доброзичливість. Довіра у такому випадку будується на розрахунку, оскільки успіх проекту вигідний усім його учасникам. Це, в свою чергу, призводить до розширення кола клієнтів, але з одночасним зниженням готовності співробітників до обміну набутими досвідом і навичками.

Якщо ж корпоративна культура є колективістською, то у таких організаціях набагато більшого значення надається спільності цінностей, схожості особистісних та інших якостей співробітників (навіть відмінність у віці може знизити довіру). Пануюча доброзичливість та спільні цінності команди приносять фінансову вигоду у довгостроковій перспективі. Взаємна довіра між колегами формується на основі передбачуваності та відкритості до обговорення проблем. Тому спільність думок і взаємодопомога підвищують керованість і дають основу для прориву організації [7].

Сучасний російський соціолог О.І. Мартіросьянц, розглядаючи організаційну культуру як фактор підвищення ефективності соціального управління, виділяє три головних парадигматичних вимірювання, які сьогодні мають значення для вибору культури: довіра, орієнтація на клієнта, інновація. Саме вони, на його думку, впливають на цінності і норми, на моделі поведінки співробітників і керівників у процесі реалізації ними управлінських функцій. При цьому довіру соціолог називає найбільш консервативною, традиційною якістю організаційної культури, що практикується протягом тривалого часу. Проте, спираючись на дані соціологічних досліджень, О. І. Мартіросьянц зауважує, що сьогодні, на жаль, більше доводиться говорити про “управління з недовірою”, що ускладнює ситуацію у відносинах між керівниками та співробітниками [8, с. 28, 30].

Ще одним соціологом, який у своїх наукових дослідженнях пов’язує управління організацією з довірою, є російський соціолог О. О. Дворянов. Розглядаючи довіру в системі соціального управління, він виокремлює організаційно-групову (корпоративну) довіру як один із шарів соціальної довіри. Під корпоративною довірою О. О. Дворянов розуміє результат процесу групових ідентичностей (усвідомлення спільної приналежності до певного колективу, спільноти), відносин співробітництва і солідарності, різноманітних форм соціальних спільнот [9, с. 46].

Щодо сучасних вітчизняних вчених, то переважна більшість праць присвячена вивченню сутності організаційної культури і лише у деяких з них розкрито сутність корпоративної культури, причому в жодній не вказано на зв’язок довіри із корпоративною культурою.

Зокрема, сучасним економістом О. Б. Лобко запропоновано макроекономічне трактування організаційної культури, де визначено, що це загальносуспільне соціальне явище (інституційне утворення), яке, на відміну від інших, визначає її соціально-економічні відносини, походження, цільову економічну функцію і економічний зміст; організаційна культура є комплексом базових цінностей, які домінують у суспільно-економічній системі і сприяють вирішенню конкретних проблем або досягненню конкретних цілей у процесі людської діяльності, це суспільно-прийняті зразки поведінки, уявлення, стереотипи, норми, ритуали та традиції, що застосовуються членами організацій і відтворюються у певних формах та в інституті власності, що дозволяє використовувати інститути організаційної культури як інструменти макроекономічного регулювання [Лобко, с.4].

Іншим сучасним економістом О.О. Білецькою на основі використання методів систематизації та узагальнення, аналізу існуючих підходів до визначення категорії організаційної культури та відповідно її типологізації розкрито зміст дефініції “організаційна культура”, яка на противагу загальновідомим, відображає активний елемент – синергетично-ідеологічний базис (сукупність соціально-трудова та виробничих відносин), що виражається у ціннісно-комунікативних аспектах, визначаючи вектор стратегічних змін (способи дій та взаємодій), а відтак, визначальною мірою впливаючи на досягнення поставлених цілей, рівня ефективності виробництва на підприємстві та інноваційних тенденцій його розвитку [2, с.192].

Фахівець з організаційної та економічної психології Н.В. Наконечна на основі аналізу співвідношення понять “організаційна культура” та “корпоративна культура” висуває та обґрунтовує концепцію можливості цілеспрямованого формування корпоративної культури, що створює умови впливу на ефективність діяльності навчальної корпорації. Досліджуючи природу та механізм дії психологічних складових корпоративної культури, зокрема, світоглядно-поведінкових, нею запропоновано включити в аналіз корпоративну свідомість як один з пріоритетних організаційно-психологічних чинників [3, с.184-185].

У контексті вивчення основних засад корпоративної культури заслуговують на увагу й наукові думки фахівця з державного управління О.Б. Бабича, головним напрямом дослідження якого є результативність функціонування суб’єктів державного управління та місцевого самоврядування на основі впровадження корпоративної культури. Корпоративною культурою О.Б. Бабич називає “...певний фон діяльності організації, що особливо виявляється при динамічних змінах структури чи роду діяльності, який сприяє посиленню вектора результативності залежно від ступеня керованості усвідомлених цінностей організації. Цей фон включає сукупність колективних базових уявлень учасників діяльності організації. Корпоративна культура передбачає системність у роботі, що сприяє становленню системи управління як єдиного соціального організму” [10, с. 116].

Питанням вивчення сутності корпоративної культури займаються й вітчизняні фахівці з менеджменту.

Так Л.В. Балабанова, вивчала її роль у системі управління персоналом підприємства. На її погляд, корпоративна культура – це добре сформована система керівних переконань, принципів і технологій у життєдіяльності підприємства. Вона вважає, що корпоративна культура формується на базі організаційної культури [11, с. 287].

І.А. Ігнатєва визначає корпоративну культуру як систему цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також дійових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів тощо, які склалися в організації або її підрозділах за час діяльності та які приймаються більшістю співробітників [12, с. 256].

Отже, аналіз наукових поглядів фахівців з різних наук показав, що організаційна та корпоративна культура є дуже близькими за змістом, але не тотожними поняттями. У зв’язку з цим, навколо питання розрізнення понять “корпоративна культура” та “організаційна культура” існує наукова дискусія між російськими вченими. Так сучасний соціолог О.В. Бусигін, вивчаючи організаційну та корпоративну культуру промислового підприємства, вважає корпоративну культуру стадією розвитку організаційної культури підприємства. Він висуває наступні критерії вивчення та оцінки організаційної культури підприємства на предмет ступеня її відповідності корпоративній культурі:

– зміст домінуючих цінностей співробітників;

- рівень погоджуваності з цінностями всередині колективу;
- ступінь відповідності цілей і цінностей співробітників і підприємства;
- тип мотивації праці;
- характер взаємовідносин у колективі і ступінь соціальної напруженості;
- рівень задоволеності працею;
- рівень захищеності інтересів і прав працівників [13, с. 5-6].

О.В. Бусигін стверджує, що “організаційна культура” і “корпоративна культура” – самостійні феномени, де перша утворюється спонтанно через взаємодію цінностей самих працівників, а друга спеціально формується, як правило, лідерами корпорації і об’єднує цінності цієї організації [13, с. 14]. Тож ключовою відмінністю цих феноменів організаційної та корпоративної культури є ступінь залученості персоналу до реалізації та підтримки організаційних цінностей, прийнятих на рівні суб’єкта влади. Тому базовою ознакою трансформації організаційної культури у корпоративну культуру соціолог вважає ступінь відповідності цінностей персоналу цінностям організації, обумовленим суб’єктом влади у цій організації [13, с. 10].

Фахівець із соціальної філософії Н. О. Антонова у своїх дослідженнях дійшла висновку про відмінність складу корпоративних цінностей, на яких формується корпоративна культура сучасної (креативної) корпорації, порівняно з набором цінностей організаційної культури [14, с. 52].

Порівняльний аналіз існуючих моделей організації (зокрема, авторитарної, патерналістської, підтримуючої та колегіальної) іншого російського філософа О.І. Кочеткової показав, що в сучасних умовах найбільш ефективною є колегіальна модель організаційної поведінки, орієнтована на командну (групову) роботу, що породжує у працівників почуття відповідальності і партнерства, відчуття своєї необхідності та корисності, рівності і довіри колегам [15, с. 228].

О.І. Кочеткова, розглядаючи організаційну культуру як соціокультурний феномен та виокремлюючи дві її складові – зовнішню і внутрішню, вважає корпоративну культуру невід’ємною частиною внутрішньої культури організації. Корпоративна культура має два рівні:

1) рівень (потенційно можливий) – відображає суму принципів і норм культури, що підкреслюють значущість належного виконання своєї роботи та адекватної їм поведінки у процесі праці;

2) рівень (реальний) – відображає особливості трудової діяльності в організації та людських взаємовідносин як всередині, так і зовні організації.

Та ключовою тезою у наукових судженнях О. І. Кочеткової у контексті даної проблеми є те, що вона вважає організаційну культуру, культуру організації та її корпоративну культуру явищами взаємопов’язаними, але не ідентичними. Вони становлять культурну триєдність організації, на базі якої формуються моделі організаційної поведінки (про які мова буде йти нижче), традиційні норми і ціннісні очікування працівників, їх соціокультурні домагання і мотивації трудової діяльності [15, с. 317].

На нашу думку, доцільно говорити про декілька аспектів розрізнення понять “організаційна культура” і “корпоративна культура”. По-перше, різниця між даними поняттями впливає з різниці у середовищі, в якому можуть бути створені ці культури.

Як відомо, існують дві основні системи управління: формальна (механістична, адміністративно-організаційна, жорстка) і неформальна (органічна, соціально-психологічна, м’яка). Першій системі властиві: сувора ієрархічність, здійснення усіх

зв'язків між підрозділами (навіть, розташованими на одному рівні організаційної структури) через центр; чітке дотримання жорстких посадових інструкцій; надання вичерпних завдань; заохочення старанності та прагнення догодити керівникові. Друга система передбачає: відкриті горизонтальні зв'язки, дозвіл дій поза ієрархією службових сходинок; очікування самореалізації від персоналу на посадах, незважаючи на інструкції; заохочення ініціативи і творчого підходу до справи, свободу обрання методу виконання підлеглим поставленого йому завдання. То ж, якщо формальна система управління більше спирається на організаційну структуру і їй притаманна організаційна культура, то неформальна – на своєрідну мікрокультуру організації, під якою ми і вбачаємо корпоративну культуру, де довіра у її складі є засобом кооперації, перетворення групи на команду.

По-друге, різниця прослідковується безпосередньо у механізмі функціонування організації та корпорації, оскільки не кожену організацію можна назвати корпорацією. Маємо на увазі, що принципова відмінність сучасної корпорації від організації полягає в тому, що вона є не просто відокремленою соціальною групою, а команду із власними метою діяльності та економічними інтересами, що зумовлюють поведінку персоналу на робочому місці та визначають відносини з навколишнім середовищем. Адже специфікою діяльності корпорацій є те, що вони за своєю структурою, як правило, є регіонально розсіяними по всій території України або функціонують за її межами. Це забезпечується, в основному, завдяки наявності великої чисельності дочірніх компаній за кордоном, і саме завдяки довірі між материнською і дочірніми компаніями у складі культури корпорації досягається успішність функціонування останньої. Таким чином, корпоративна культура при наявності довіри у її складі може сприяти ефективності діяльності організації, допомагати у створенні стійкої позиції у конкурентній боротьбі.

На наш погляд, корпоративна культура здатна змінити існуючий акцент превалювання грошової мотивації працівників на духовну, створюючи сприятливий клімат для роботи. Найціннішим є людський ресурс, однією з головних внутрішніх характеристик якого виступає взаємна довіра. Саме вона може допомогти людині відійти від власних індивідуалістських мотивів та стати активним учасником діяльності організації-роботодавця.

Досвід роботи сучасних креативних корпорацій свідчить про великий потенціал корпоративної культури як інструменту управління і джерела конкурентних переваг із врахуванням фактору моральності під час реалізації цілей системи управління. Адже саме моральність виступає одним із регуляторів суспільного життя, а значить, і самого управління організаціями. То ж ефективність управління організаціями багато в чому залежить від суб'єктивного фактора, врахування ціннісних орієнтацій особистості, зокрема від її здатності довіряти колегам і керівництву, а також викликати зворотню довіру до себе. Важливе місце у цьому процесі відводиться державі як суб'єкту управління, що має здатність опосередковано впливати на рівень довіри та збереження моральних принципів всередині організації.

Висновки. Дослідження змісту наукових праць із вивчення даної проблеми показало, що питанням дослідження сутності, структури, функцій, властивостей організаційної та корпоративної культури присвячено достатньо уваги соціологів та фахівців з інших наук, на відміну від питань вивчення поняття довіри як невід'ємного елементу корпоративної культури, як моральної цінності, що характеризує культуру суспільства загалом.

Наукові погляди фахівців різних наук свідчать, що організаційна та корпоративна культура є дуже близькими за змістом, але не тотожними поняттями. Різниця між даними поняттями впливає з різниці у середовищі, в якому можуть бути створені ці культури, та безпосередньо у механізмі функціонування організації та корпорації, оскільки не кожену організацію можна назвати корпорацією.

Елементи культури, доповнені професіоналізмом, високою моральністю, почуттям відповідальності та обов'язку, уважністю до людей – запорука успіху будь-якої організації. Довіра здатна стати тією моральною цінністю, на засадах існування якої базується корпоративна культура організації як підсистема загальної культури людства з метою створення умов для мінімізації негативних наслідків інституційної кризи в Україні.

Разом з тим, при вивченні особливостей довірчих відносин як всередині, так і між організаціями не слід забувати і про здатність цих відносин деформувати структуру корпоративної культури, що може послабити організацію, не даючи їй можливості для розвитку навіть у тому випадку, коли вона має високий техніко-технологічний і фінансовий потенціал. Зокрема, мова йде про те, що у сучасних нелегких соціально-економічних умовах виникає потреба в активізації спільних зусиль та узгодженості дій як у колективі, так і між організаціями, через що довіра нерідко є вимушеною, стаючи більшою мірою необхідністю, аніж сентиментальним забарвленням партнерських відносин. Адже взаємна довіра партнерів дозволяє зменшити витрати (зокрема, на страхування), вийти за рамки формальних правил і розпоряджень, що сприяє підвищенню ефективності їх спільної діяльності.

Список використаних джерел

1. Лобко О.Б. Організаційна культура у сучасних економічних відносинах та в інституті власності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.01 “Економічна теорія та історія економічної думки” / О. Б. Лобко; Київ. нац. економічний ун-т імені Вадима Гетьмана. – К., 2014. – 20 с.
2. Білецька О.О. Система формування та ефективного забезпечення організаційної культури підприємства: дис. кандидата екон. наук: 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)” / Білецька Олександра Олександрівна. – Хмельницький, 2016. – 230 с.
3. Наконечна Н. В. Психологічні умови розвитку корпоративної культури вищого навчального закладу приватної форми власності : дис. ... кандидата психол. наук: 19.00.10 “Організаційна психологія; економічна психологія” / Наконечна Наталія Василівна. – К., 2016. – 292 с.
4. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Эдгар Шейн; [пер. с англ.; ред. В. А. Спивак]. – СПб: Питер, 2002. – 336 с.
5. Сафоновский С. Б. Организационная культура: социальное-философский анализ : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филос. наук: спец. 09.00.11 “Социальная философия” / С. Б. Сафоновский. – Ростов-на-Дону, 2006. – 33 с.
6. Евстигнеев И. С. Эффективность корпоративной культуры: методы анализа и проектирования : дис. ... кандидата екон. наук : 08.00.05 / Евстигнеев Иван Сергеевич. – СПб., 2005. – 151 с.
7. Андреев В. В. Проблемы мотивации руководителей и специалистов на промышленных предприятиях / В. В. Андреев // Управление персоналом. – 1998. – № 10. – С. 3-47.
8. Виханский О. С. Стратегическое управление: [учебник] / Олег Самуилович Виханский.– [2-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Гардарики, 1998.– 296 с.

9. Баринов В.А. Корпоративная культура организации в России / В. А. Баринов, Л. В. Макаров [Электронный ресурс] // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – №2. – Режим доступа :<http://iamprof.narod.ru>.
10. Нестик Т. А. Доверие в команде: преимущества, риски, методы развития [Электронный ресурс] / Т. А. Нестик. – Режим доступа :<http://www.iteam.ru>.
11. Мартиросьянц О. И. Организационная культура как фактор повышения эффективности социального управления : дис. ... кандидата соц. наук: 22.00.08 / Мартиросьянц Олег Игоревич. – Пятигорск, 2007. – 170 с.
12. Дворянов А. А. Доверие в системе социального управления: дис. кандидата соц. наук: 22.00.08 / Алексей Александрович Дворянов. – М., 2006. – 178 с.
13. Бабич О. Б. Результативність функціонування суб'єктів державного управління та місцевого самоврядування на основі впровадження корпоративної культури : дис ... кандидата наук з держ. упр.: 25.00.02 / Олександр Борисович Бабич. – Х., 2005. – 217 с.
14. Балабанова Л. В. Управление персоналом : підруч. / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К.: Центр учб. літ., 2011. – 468 с.
15. Игнатъева І. А. Корпоративне управління / І. А. Игнатъева, О. І. Гарафонова. – К.: Центр учебної літератури, 2013. – 600 с.
16. Бусыгин О. В. Организационная и корпоративная культура промышленного предприятия: проблема диагностики в процессе управления : автореф. дис. на соискание канд. соц. наук : спец. 22.00.08 “Социология управления” / О. В. Бусыгин. – Нижний Новгород, 2011. – 29 с.
17. Антонова Н. А. Специфика корпоративной культуры организаций сферы сервиса: дис. ... кандидата филос. наук : Антонова Наталия Александровна. – Иркутск, 2005. – 161 с.
18. Кочеткова А. И. Организационная культура как социокультурный феномен : дис. ... доктора филос. наук: 24.00.01, 09.00.11 / Кочеткова Александра Игоревна. – М., 2010. – 402 с.

Список використаних джерел у транслітерації / References

1. Lobko O. B. Orhanizatsijna kul'tura u suchasnykh ekonomichnykh vidnosynakh ta v instytuti vlasnosti : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk : spets. 08.00.01 “Ekonomichna teoriia ta istoriia ekonomichnoi dumky” / O. B. Lobko; Kyiv. nats. ekonomichnyj un-t imeni Vadyma Het'mana. – K., 2014. – 20 s.
2. Bilets'ka O. O. Systema formuvannia ta efektyvnoho zabezpechennia orhanizatsijnoi kul'tury pidpriemstva : dys. ... kandydata ekon. nauk: 08.00.04 “Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diial'nosti)” / Bilets'ka Oleksandra Oleksandrivna. – Khmel'nyts'kyj, 2016. – 230 s.
3. Nakonechna N. V. Psykholohichni umovy rozvytku korporativnoi kul'tury vyschoho navchal'noho zakladu pryvatnoi formy vlasnosti : dys. ... kandydata psykol. nauk: 19.00.10 “Orhanizatsijna psykholohiia; ekonomichna psykholohiia” / Nakonechna Nataliia Vasylivna. – K., 2016. – 292 s.
4. Shein E. Organizatsionnaya kul'tura i liderstvo / Edgar Shein; [per. s angl.; red. V. A. Spivak]. – SPb: Piter, 2002. – 336 s.
5. Safonovskii S. B. Organizatsionnaya kul'tura: cotsil'no-filosofskii analiz : avtoref. dis. na soiskanie uch. stepeni kand. filoz. nauk: spets. 09.00.11 “Sotsial'naya filosofiya” / S. B. Safonovskii. – Rostov-na-Donu, 2006. – 33 s.
6. Evstigneev I. S. Effektivnost' korporativnoi kul'tury: metody analiza i proektirovaniya : dis. ... kandidata ekon. nauk : 08.00.05 / Evstigneev Ivan Sergeevich. – SPb., 2005. – 151 s.

7. Andreev V.V. Problemy motivatsii rukovoditelei i spetsialistov na promyshlennykh predpriyatiyakh / V. V. Andreev // Upravlenie personalom. – 1998. – № 10. – S. 3-47.
8. Vikhanskii O. S. Strategicheskoe upravlenie: [uchebnik] / Oleg Samuilovich Vikhanskii. – [2-e izd., pererab. i dop.]. – M.: Gardarika, 1998. – 296 s.
9. Barinov V. A. Korporativnaya kul'tura organizatsii v Rossii / V. A. Barinov, L. V. Makarov [Elektronniy resurs] // Menedzhment v Rossii i za rubezhom. – 2002. – №2. – Rezhim dostupu : <http://iamprof.narod.ru>.
10. Nestik T. A. Doverie v komande: preimushchestva, riski, metody razvitiya [Elektronniy resurs] / T. A. Nestik. – Rezhim dostupu : <http://www.iteam.ru>.
11. Martiros'yants O.I. Organizatsionnaya kul'tura kak faktor povysheniya effektivnosti sotsial'nogo upravleniya : dis. ... kandidata sots. nauk: 22.00.08 / Martiros'yants Oleg Igorevich – Pyatigorsk, 2007. – 170 s.
12. Dvoryanov A. A. Doverie v sisteme sotsial'nogo upravleniya: dis. ... kandidata sots. nauk: 22.00.08 / Aleksei Aleksandrovich Dvoryanov. – M., 2006. – 178 s.
13. Babych O. B. Rezul'tatyvnist' funktsionuvannia sub'ektiv derzhavnogo upravlinnia ta mistsevoho samovriaduvannia na osnovi vprovadzhennia korporativnoi kul'tury : dys ... kandydata nauk z derzh. upr.: 25.00.02 / Oleksandr Borysovych Babych. – Kh., 2005. – 217 s.
14. Balabanova L. V. Upravlinnia personalom : pidruch. / L. V. Balabanova, O. V. Sardak. – K.: Tsentр uchb. lit., 2011. – 468 s.
15. Ihnat'ieva I. A. Korporativne upravlinnia / I. A. Ihnat'ieva, O. I. Harafonova. – K.: Tsentр uchbovoi literatury, 2013. – 600 s.
16. Busygin O. V. Organizatsionnaya i korporativnaya kul'tura promyshlennogo predpriyatiya: problema diagnostiki v protsesse upravleniya : avtoref. dis. na soiskanie kand. sots. nauk : spets. 22.00.08 “Sotsiologiya upravleniya” / O. V. Busygin. – Nizhnii Novgorod, 2011. – 29 s.
17. Antonova N. A. Spetsifika korporativnoi kul'tury organizatsii sfery servisa: dis. ... kandidata filos. nauk : Antonova Nataliya Aleksandrovna. – Irkutsk, 2005. – 161 s.
18. Kochetkova A. I. Organizatsionnaya kul'tura kak sotsiokul'turnyi fenomen : dis. ... doktora filos. nauk: 24.00.01, 09.00.11 / Kochetkova Aleksandra Igorevna. – M., 2010. – 402 s.

ANNOTATION
CORPORATE CULTURE, ORGANIZATIONAL CULTURE, TRUST:
DIALECTICS OF INTERRELATION OF CONCEPTS

ANDRUSHCHENKO Hanna,
Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Fundamental
and Social Humanitarian Disciplines,
Kryvyi Rih Metallurgical Institute
of National Metallurgical Academy of Ukraine
(Kryvyi Rih)

In the article internal and external factors which influence efficiency of activity of an organization are opened. In the course of studying of these factors nonconventional factors are found. These factors quite often are out of sight of management of the organization owing to their implicit manifestation but the role of which is quite important for the success of activity of the organization both in short- and long-term perspective. The corporate culture is distinguished as one of the major of them, and, together with conditions of managing, is also inclined to changes, but, in the process of changing, by means of the instrument of trust facilitates adaptation of the organization to the new conditions. It is established that the trust as moral value acts as an

important component of corporate culture of the organization; the corporate culture in the presence of trust in its structure can promote efficiency of activity of the organization, help to create strong position in competitive fight.

Key words: trust, faithful relations, organization, person, corporate culture, motivation, moral value.

Lit. 18.

**АННОТАЦИЯ
КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА, ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА,
ДОВЕРИЕ: ДИАЛЕКТИКА ВЗАИМОСВЯЗИ ПОНЯТИЙ**

**АНДРУЩЕНКО Анна Ивановна,
доктор социологических наук, доцент,
заведующий кафедры фундаментальных
и социально-гуманитарных дисциплин,
Криворожский металлургический институт
Национальной металлургической академии Украины
(г. Кривой Рог)**

В статье раскрыты внутренние и внешние факторы, которые влияют на эффективность деятельности организации. В процессе изучения этих факторов обнаружены нетрадиционные факторы, которые нередко находятся вне поля зрения руководства организации вследствие их неявного проявления, но роль которых является важной для успешности деятельности организации как в коротко-, так и в долгосрочной перспективе. Одним из важнейших среди них выделена корпоративная культура, феномен которой заключается в том, что она вместе с условиями хозяйствования также склонна к изменениям, но, изменяясь, с помощью инструмента доверия облегчает адаптацию организации к новым условиям. Установлено, что доверие как моральная ценность выступает важной составляющей корпоративной культуры организации; корпоративная культура при наличии доверия в её составе может способствовать эффективности деятельности организации, помогать в создании стойкой позиции в конкурентной борьбе.

Ключевые слова: доверие, доверительные отношения, организация, личность, корпоративная культура, мотивация, моральная ценность.

Лит. 18.

Інформація про автора

АНДРУЩЕНКО Ганна Іванівна – доктор соціологічних наук, доцент, завідувачка кафедри фундаментальних і соціально-гуманітарних дисциплін, Криворізький металургійний інститут Національної металургійної академії України (50002, м. Кривий Ріг, вул. Лермонтова, 15/72, e-mail: andrushchenko83@mail.ru).

ANDRUSHCHENKO Hanna – Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Fundamental and Social-Humanitarian Disciplines, Kryvyi Rih metallurgical institute of National Metallurgical Academy of Ukraine (50002, Kryvyi Rih, Lermontova Str., 15/72, e-mail: andrushchenko83@mail.ru).

АНДРУЩЕНКО Анна Ивановна – доктор социологических наук, доцент, заведующий кафедры фундаментальных и социально-гуманитарных дисциплин, Криворожский металлургический институт Национальной металлургической академии Украины (50002, г. Кривой Рог, ул. Лермонтова, 15/72, e-mail: andrushchenko83@mail.ru).

