АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК 658.012.22:316.723(477)

О.В. БОНДАРЕНКО

УМОВИ Й ЧИННИКИ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

У статті визначено об'єктивні умови та суб'єктивні чинники, які, з одного боку, обумовлюють сучасні особливості трансформації корпоративної культури щодо інтеграційних засад українського суспільства, а з іншого, визначають напрям її подальшого розвитку. Здійснено соціологічний аналіз корпоративної культури щодо засад внутрішньої та зовнішньої інтеграції. Запропоновано шляхи оптимізації корпоративної культури за напрямом адекватної узгодженості соціальними суб'єктами екзистенціальних цінностей, соціальних інтересів, норм, практик та санкцій.

Ключові слова: *корпоративна культура, трансформація, інтеграція, соціальний суб'єкт, соціально-економічний простір.*

Соціокультурні трансформації сучасності відбуваються в усіх сферах українського суспільства та актуалізують трансформацію корпоративної культури в соціально-економічному просторі України. Корпоративна культура постає як умова й результат діяльності соціальних суб'єктів щодо корпоративних засад інтеграції в межах різних соціальних організацій. Визначення об'єктивних умов і суб'єктивних чинників трансформації української корпоративної культури відкриває потенційні можливості зменшити кризові явища цього соціального процесу. Протягом останніх 20-ти років розвиток українського суспільства супроводжується соціокультурною кризою, яка має прояв у зіткненні соціальних інтересів і ціннісному протистоянні різних соціальних суб'єктів. Наявна соціокультурна криза стосується як всього суспільного загалу, так, і, зокрема групових та індивідуальних соціальних суб'єктів корпоративної культури в соціально-економічному просторі України.

Умови й чинники трансформації корпоративної культури ми визначаємо на засадах діяльнісногого підходу щодо визначення засад міжсуб'єктної соціальної взаємодії. Інакше кажучи, соціальні суб'єкти мають відповідні потреби й інтереси та взаємодіють між собою за відповідних, історично визначених умов, створюючи як зовнішні, так і внутрішні чинники трансформації корпоративної культури. Відповідно, умови диференціюються, як: соціально-економічні, демографічні, соціокультурні, внутрішньополітичні та зовнішньополітичні. Окремо необхідно визнати особ-

© Бондаренко О.В., 2013

ливості соціальної структури українського суспільства, яка певною мірою демонструє розуміння суспільним загалом власних засад корпоративності.

Мета статті – дослідити об'єктивні умови та суб'єктивні чинники трансформації корпоративної культури щодо інтеграційних засад українського суспільства. Це актуально, особливо щодо визначення вектору зовнішньої інтеграції суспільного загалу.

Фундаментальними для нашого дослідження корпоративної культури є теоретико-методологічні підходи щодо соціокультурних трансформацій, визначені роботами А. Богданова, П. Бурд'є, Л. Іоніна, М. Кагана, Ю. Лотмана, П. Сорокіна. Вітчизняні наукові дослідження соціокультурних трансформацій українського суспільства відзначаються плюралістичністю як теоретико-методологічних парадигм, так і висновками, щодо сучасного проміжного етапу цих трансформацій і прогностичного бачення їх потенційно можливих результатів. Так, М. Михальченко [1, с. 65] вказує на віртуальний характер українських пострадянських трансформацій, які намагаються за зовнішньою демократичною формою сховати соціальну несправедливість авторитарного суспільства. Трансформації економічної культури українського суспільства знайшли відображення у працях В. Ворони та Є. Суїменко; інституалізація соціальних відносин в економічній сфері – О. Якуби; ціннісні ідентичності соціальних суб'єктів українського суспільства – В. Бакірова, А. Ручки, Л. Сокурянської, Л. Хижняк; соціальна ідентичність – С. Макєєва, С. Оксамитної; структурні трансформації українського суспільства – Ж. Малахової; трансформаціям економічної сфери українського суспільства, соціально-трудових відносин та соціального партнерства – В. Огаренко, С. Катаєва, Т. Огаренко, Я. Зоськи, Д. Ядранського, А. Лобанової; визначенню феноменологічних і ноуменологічних засад організаційної культури українських підприємств – Я. Слабко.

Методологічні засади дослідження корпоративної культури розроблялись науковою спільнотою суспільств сталої демократії за напрямом визначення шляхів оптимізації організаційного лідерства, що знайшло відображення в працях Е. Шейна. Компаративістські складові оригінальної методики дослідження корпоративної культури представлені в дослідженнях Г. Хофштедте. Використання та адаптація вищенаведених методик до російських умов відбулась у працях Н. Могутнової. Внутрішня напруга та конкурентне протистояння і одночасно, діалектичне поєднання елементів системи корпоративної культури знайшли відображення в працях К. Камерон та Р. Куін.

Міждисциплінарний напрям досліджень є спрямованим на управлінський вектор використання корпоративної культури та відображається в працях А. Співака, М. Мескона, А. Хедоурі. Крім того, міждисциплінарна наукова рефлексія, яку відзначає Г. Хаєт, визнає за необхідне створення синтетичної методики дослідження корпоративної культури [2, с. 14]. На нашу думку, саме соціологічний підхід щодо умов чинників трансформації кор-

поративної культури є адекватним для забезпечення цілісного й системного визначення як її сутності, так і потенційних можливостей її оптимізації.

Сьогодні важливим завданням є інтеграція української спільноти до загальноєвропейського контексту на рівні матеріальної, духовної та художньої культури. Саме корпоративна культура є одним із чинників інтеграції українського суспільства як на рівні окремих установ та організацій, тобто локальному, так і на регіональному та загальнонаціональному рівнях його внутрішньої та зовнішньої інтеграції.

Визначаючи корпоративність як соціальну інтеграцію відповідної спільноти на засадах професійної спорідненості напрямів їх сумісної добровільної діяльності з метою забезпечення власних соціальних потреб та інтересів, ми насамперед акцентуємо на перетворюючій діяльності соціальних суб'єктів. За цих умов ми визначаємо широке і строкате коло соціальних суб'єктів, що впливають на трансформацію корпоративної культури соціально-економічного простору України. До вищезазначених соціальних суб'єктів ми відносимо: власників, найманий менеджмент, трудовий колектив з різноманітними прошарками, органи влади, як мотивовану систему щодо дотримання як формальних, так і не формальних інституалізованих соціальних норм, окремих представників органів влади, що намагаються реалізовувати насамперед приватні інтереси. Останні можуть як співпадати з інтересами широкого суспільного загалу, так і суперечити йому.

Опис умов трансформації української корпоративної культури необхідно розпочати з соціально-економічних неофеодальних засад сучасного олігархічного капіталізму. За останні 20 років відбулась віртуальна трансформація пострадянських як інтеграційних, так і соціально-економічних засад суспільного життя за напрямом приватно-індивідуального привласнення прибутків за рахунок суспільного відшкодування витрат. Саме такий характер перезавантаження командно-адміністративної системи на псевдо-ринкових засадах призвів до відповідної трансформації корпоративної культури.

Відповідно, для соціальних відносин щодо забезпечення економічної діяльності характерними є практики репресивного управління та жорсткого домінування одних соціальних суб'єктів над іншими, що призводить до значної соціальної напруги. Використовуючи в управлінській діяльності важелі штрафів і скорочень персоналу, власники й менеджмент досягають різноспрямованих і суперечливих цілей. Так, власники намагаються як найбільше здешевити вартість найманої праці, менеджмент за допомогою практики жорсткого управління демонструє власникам свою корисність щодо "оптимізації" бізнесу, але насправді псується мотивація співробітників щодо позитивної кооперації. Негативна кооперація, навпаки, за такої соціальної взаємодії набуває зростання та призводить до вироблення адаптаційних механізмів у вигляді саботажу та потенційному зростанню соціального спротиву. Відповідно, зменшуються синергетичні складові трансформації корпоративної культури та посилюються її ентропійні ознаки.

Економічні засади сучасного українського суспільства демонструють стагнацію, що поступово переростає у ентропійний рух. Однією з причин цього є структура виробництва, яка за радянських часів була обумовлена потребами військово-промислового комплексу, а сьогодні вона використовується олігархічними угрупуваннями, які шляхом неофеодальної експлуатації намагаються отримати капіталістичний прибуток. Завдяки експортній орієнтації українського виробництва та відсутності розвинутого внутрішнього ринку сучасні власники українських корпорацій вимушені шукати нові форми трансформації корпоративної культури, яка б, з одного боку, відбивала реалії, що склалися, а з іншого, дала змогу домінуючим соціальним суб'єктам забезпечувати досягнення власних інтересів.

За вище наведених умов, економічні структури, що знаходяться поза безпосереднім впливом олігархічних структур, є для них потенційно небезпечними [3, с. 8–12], як потенційна можливість альтернативного працевлаштування для найманих працівників. Крім того, суперечлива сутність і низький рівень соціальної відповідальності олігархічної економіки має опосередкований прояв у розмірі податків та інших бюджетних виплат, особливо порівняно з різними грошовими переказами українських гастарбайтерів, що за обсягом майже паритетні, починаючи з 2012 р. Інакше кажучи, обсяг переказів заробітчан для своїх родин в Україні майже дорівнює відрахуванням до бюджету від олігархічних структур.

Демографічні умови відображають життєвий потенціал суспільства, його здатність як до біологічного відтворення та кількісного зростання, так і до соціокультурного розвитку. На сьогодні населення України скорочується кожного року на десятки тисяч людей, діє негативне співвідношення щодо кількості померлих і народжених. Завдяки відомим програмам грошового стимулювання батьків щодо народження дітей збільшується кількість народжених у родинах з низьким соціокультурним і матеріальним рівнем і, одночасно, високим рівнем суспільно осуджуваних девіацій.

Одночасно, зі збільшенням відсотка пенсіонерів, ми спостерігаємо скорочення життя чоловічої половини українського суспільства, що є наслідком, насамперед, неадекватних ціннісних орієнтацій і, як наслідок, шкідливих звичок і різних девіацій. Складна демографічна ситуація є, з одного боку, однією з умов соціокультурних трансформацій, а, з іншого, виступає їх прямим відображенням. Так, демографічні зміни сучасного українського суспільства не наближають його до сталого розвитку та стримують модерну трансформацію його корпоративної культури.

Наукові розвідки українського академічного середовища щодо соціальної структури сучасного українського суспільства вказують на неадекватність методичних підходів офіційної статистики [4, с. 440–445] за наявних умов. Класичний поділ суспільства на щаблі власників економічного капіталу та найманих працівників не повною мірою відображає сучасні реалії. Наприклад, державний службовець високого рангу є найманим працівни-

ком, але має потенційну можливість в українському соціальному просторі здійснювати не просто конвертацію одних видів символічного капіталу в інші, а використовувати примус і соціальну нерівність для забезпечення власних інтересів щодо отримання ренти [3, с. 8–12], нехтуючи інтересами суспільного загалу. Відповідно, структура сучасного українського суспільства побудована на засадах отримання ренти як різновиду економічно не обґрунтованого, але обумовленого соціальною нерівністю прибутку, що отримують соціальні суб'єкти, які домінують.

Отже, навіть з урахуванням усіх недоліків офіційної статистики маємо структуру українського суспільства з надзвичайно високим і пірамідальним профілем жорсткої ієрархії та майнової і соціальної нерівності. Менше 5% українського населення знаходяться на вершині піраміди соціальної стратифікації, майнової нерівності та політичної влади. Необхідно зазначити, що більшість з тих 5% є насправді багатою та більш привілейованою обслугою незначної кількості олігархічних кланів, що становлять близько декількох десятків родин, які володіють цілими галузями вітчизняної промисловості, мають значні фінансові статки та закордонні активи. Проблемним за таких умов є становлення та розвиток середнього класу, головною ознакою якого є не стільки розмір прибутків, скільки можливість їх незалежного отримання. Більше того, наявна соціальна структура українського суспільства наочно демонструє його внутрішню суперечливість, що визначає особливості внутрішньої політики держави Україна.

Так, починаючи з 2000-х рр. нерозвиненість, нечисленність і слабкість середнього класу визначає високий рівень соціальної напруги, що з періодичністю 7–10 років вибухає соціальними потрясіннями та катаклізмами у вигляді різних форм соціального спротиву. Поки що олігархічні групи розглядають середній клас не як засіб соціальної безпеки, що повинен діяти як амортизатор соціального невдоволення, а як конкурента щодо отримання політичного, соціального й економічного видів символічного капіталу. Саме тому політична боротьба між вищенаведеними соціальними суб'єктами має як суперечливий характер жорсткого протистояння, так і характер неготовності олігархічних груп до повноцінного й відвертого діалогу. Вищенаведена сутність і зміст внутрішньополітичного процесу необхідно доповнити регіональними, етнокультурними й релігійними відмінностями системних елементів українського суспільного загалу.

Відповідний спротив елементів системи є нормальним і функціональним, якщо він спрямований на адаптацію системної цілісності до зовнішніх змін і викликів. Дисфункціонального характеру набуває взаємодія між елементами соціальної системи тоді, коли тектонічні соціокультурні зсуви загрожують її цілісності. Соціокультурні умови трансформації української корпоративної культури безпосередньо пов'язані як із соціально-економічними, демографічними умовами, так і соціальною структурою українського суспільства.

Міжнародна наукова спільнота [5] використовує поняття розірваної, насамперед, за ціннісними орієнтаціями, нації. Отже, українська спільнота є розірваною за етнічними, мовними, ціннісними й територіальними ознаками. Впливовими є етнокультурні особливості структурних елементів українського суспільства. Крім того, важливу роль відіграє релігійна свідомість, що створює відповідну картину світу. Традиційна українська культура – селянська, з чуттєвим бажанням забезпечити індивідуальні права й свободи шляхом усамітнення та відсторонення від навколишнього середовища. Ідеалістичний вимір її цінностей – це автономний хутір. Хибність цієї моделі доведена історичним розвитком, але, незважаючи на це, вона продовжує існування на рівні архетипу. Необхідно відзначити стихійну спрямованість цієї культури щодо демократичних цінностей.

Водночас, міська культура промислових районів [6, с. 32–35] відображає суперечливі наслідки міграційних процесів XIX–XX ст. Регіональні відмінності насамперед стосуються екзистенціальних цінностей, розуміння соціальної справедливості тощо. Відбулось створення напівміської культури з авторитарним вектором, що було обумовлено практиками фабричного життя: жорсткий ієрархічний соціальний порядок на промисловому підприємстві та розпорядок життя за заводським гудком. Девіантна поведінка засуджується тоді, коли вона суперечить промисловому розвитку, за інших умов неформально сприймається за умов амбівалентних цінностей подвійної суспільної моралі. Люди свідомо погоджуються з авторитаризмом, тому що постійно відтворюють відповідні практики та забезпечують реалізацію власних інтересів.

Отже, за регіональними ознаками південно-східна частина українського суспільства більш спокійно сприймає авторитарний стиль міжсуб'єктної соціальної взаємодії. Тоді як центральні, північні й західні райони України не мають історичної традиції такої повномасштабної індустріалізації, яка постала в південно-східних районах та супроводжувалась тектонічними міграційними процесами як з українського села до міста, так і з інших районів СРСР, не українських за етнокультурними ознаками. Саме радянська індустріалізація є базисом сучасної української корпоративної культури, особливо в розвинених промислових районах.

Між вищенаведеними типами культур відбувається напруга та ціннісне протистояння, що відбивається на внутрішньополітичних процесах. Враховуючи модель Ю. Лотмана, можливо відзначити поступову розбудову блоку перекладу між цими двома соціокультурними типами. Корпоративна культура соціально-економічного простору України спрямована на вироблення відповідного типу інтеграції професійних спільнот, що відбувається як за внутрішнім, так і за зовнішнім вектором.

Зовнішня інтегративна спрямованість української корпоративної культури визначається зовнішньополітичною діяльністю відповідних соціальних суб'єктів щодо співпраці з різноманітними міжнародними інституціями. Специфіка цього процесу полягає в тому, що соціальні інтереси олі-

гархічних суб'єктів потребують тісної взаємодії як із міжнародними економічними, військовими й політичними структурами ЄС, так і з міжнародними структурами, що вибудовує Російська Федерація. Надзвичайно важко поєднати вимоги до соціально-відповідального бізнесу з механізмами репресивного управління. Олігархічні структури в Україні для забезпечення власної життєдіяльності на відповідному рівні зацікавлені у використанні економічних і правових інституцій ЄС, що примушує їх, до бодай формального дотримання міжнародних вимог ООН щодо гуманістичних засад корпоративної культури.

Ми визначаємо трансформацію корпоративної культури як соціальний процес, що має об'єктивні умови та суб'єктивні чинники реалізації соціальних інтересів як індивідуальних, так і групових суб'єктів. Соціальний суб'єкт характеризується наявністю інтересів, потреб, цілепокладання щодо їх реалізації та відповідних дієвих практик. Характер діяльності соціального суб'єкту, її сутність і зміст визначається його екзистенційними цінностями. Ціннісні орієнтації соціальних суб'єктів формуються за умов відповідного габітусу, що має як індивідуальний, так і груповий профіль. Важливою особливістю українського суспільства є амбівалентність ціннісних орієнтацій і неадекватність соціальних інтересів [7, с. 226–227] його суб'єктів.

Соціальні суб'єкти намагаються опанувати різні, доступні для них, види символічного капіталу з метою їх подальшої конвертації між собою. Саме символічний капітал діалектично поєднує як суб'єктивні чинники, так і об'єктивні умови соціокультурних трансформаційних процесів. Власники економічного капіталу як соціальні суб'єкти намагаються його конвертувати в соціальний, політичний, культурний капітали з метою його збереження та зростання.

Соціальна суб'єктність менеджменту має прояв у тому, що він винаймається власниками для забезпечення його потреб, але реально має соціально-економічні важелі для забезпечення власних інтересів, нехтуючи потребами інших соціальних суб'єктів: значною мірою найманих працівників та меншою мірою, власників. За таких умов менеджмент застосовує тактичні методи репресивного управління заради стратегічної мети власного самозбереження.

Наймані працівники є соціальними суб'єктами, що не мають ефективних механізмів протидії та соціального спротиву, з одного боку, а з іншого, намагаються пристосувати пострадянську соціокультурну традицію до нових трансформацій корпоративної культури. Особливо це стосується бажання патерналізму та неготовності до зростання особистої відповідальності за жорстких соціально-економічних реалій українського сьогодення.

Органи влади є активним соціальним суб'єктом, який впливає на трансформацію української корпоративної культури, та взаємодіє з іншими соціальними суб'єктами як на внутрішньо-політичних, так і на зовнішньо-політичних комунікативних ділянках. Саме ЗМІ як впливові соціальні

суб'єкти висвітлюють альтернативні напрями трансформації корпоративної культури та мають потенціал щодо її поступової оптимізації.

Висновки. Отже, необхідно зазначити, що об'єктивні умови та суб'єктивні чинники трансформації корпоративної культури тісно взаємопов'язані між собою. Саме соціальні суб'єкти завдяки власній діяльності щодо реалізації відповідних інтересів змінюють умови цієї взаємодії. Зміна умов під впливом чинників трансформації української корпоративної культури відбувається під час взаємодії між суб'єктами, одна частина яких бажає збереження наявного "статус кво", інша частина розуміє необхідність інновацій з метою адаптації до зовнішніх, об'єктивних умов. Детермінуючим чинником трансформації корпоративної культури ми визначаємо дію соціальних суб'єктів за напрямом відповідних ціннісних орієнтацій з метою забезпечення власних потреб та реалізації власних соціальних інтересів. Реалізація соціальних інтересів суб'єктів відбувається шляхом перетворення різних видів символічного капіталу.

Корпоративна культура постає як умова і результат діяльності соціальних суб'єктів щодо корпоративних засад інтеграції в межах різноманітних організацій. Відповідно, рівень соціально-економічного розвитку як усього суспільного загалу, так і його складових визначається насамперед якістю системи екзистенціальних цінностей, соціальних інтересів, норм і практик, що реалізуються в контексті відповідної культури. Оптимізація соціально-економічного і соціокультурного розвитку українського суспільства можлива шляхом позитивної трансформації його інтеграційних механізмів, тобто, за допомогою трансформації корпоративної культури в соціально-економічному просторі України.

Відповідно до вищенаведеного, дослідження трансформації корпоративної культури потребує соціологічної рефлексії щодо визначення їх системного характеру та соціокультурної процесуальності. Сучасний стан розробленості цієї проблеми актуалізує дослідження трансформації корпоративної культури в соціально-економічному просторі України.

Список використаної літератури

1. Михальченко Н. Украинское общество: трансформация, модернизация или лимитроф Европы / Н. Михальченко. – К. : НАНУ, 2001. – 440 с.

2. Корпоративна культура : навч. посіб. / Г.Л. Хаэт та ін.; [за заг. ред. ГЛ. Хаєта]. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.

3. Норт Д. В тени насилля: уроки для обществ с ограниченным доступом к политической и экономической деятельности [Текст]: докл. к XIII Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 3–5 апр. 2012 г. / Д. Норт, Дж. Уоллис, С. Уэбб, Б. Вайнгаст. – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 48 с.

4. Шульга Н. Дрейф на обочину. Двадцать лет общественных изменений в Украине / Н. Шульга. – К. : ООО "Друкарня "Бізнесполіграф", 2011. – 448 с.

5. Гаврилишин Б. В Украине слишком многое зависит от президента. [Електронний ресурс] / Б. Гаврилишин. – Режим доступу: http://www.ufg.com.ua/wu/print.php?-module=Country&func=displaynew&news=524&dates=2005_12.

6. Демкив О. Экономическая мораль украинского общества / О. Демкив, Л. Кондратик // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2007. – № 4. – С. 5–37.

7. Соціальні інтереси в контексті соціокультурної модернізації / [за ред. О. Злобіної]. – К. : Інститут соціології НАН України, 2011. – 320 с.

Стаття надійшла до редакції 10.08.2013.

Бондаренко О.В. Условия и факторы трансформации украинской корпоративной культуры

В статье определяются объективные условия и субъективные факторы, которые обуславливают современные особенности трансформации корпоративной культуры в отношении основ внутренней и внешней интеграции. Предложены пути оптимизации корпоративной культуры в направлении адекватной согласованности социальными субъектами экзистенциальных ценностей, социальных интересов, норм, практик и санкций.

Ключевые слова: *корпоративная культура, трансформация, интеграция, социальный субъект, социально-экономическое пространство.*

Bondarenko O. Conditions and factors of Ukrainian corporate culture transformation

Corporate culture is presented as a condition and result of social subjects' activity concerning corporate principles of integration within various social organizations. The definition of objective conditions and subjective factors of Ukrainian corporate culture transformation enables the potential to reduce the crisis of the social process under consideration.

Key words: *corporate culture, transformation, integration, social subject, socio-economic environment.*