

УДК 165.1

ВВЕДЕНИЕ В КЛАССИЧЕСКУЮ ТЕОРИЮ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

© 2010 г.

В.А. Щуров, А.В. Комиссаров

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

ksffsn@ya.ru

Поступила в редакцию 24.03.2010

Рассматривается проблема исследования оснований типологии корпоративных культур. Анализируются различные подходы, сложившиеся в эмпирических проблемах, выявляются инвариантные основания, которые интерпретируются как введение в теорию корпоративной культуры.

Ключевые слова: корпоративная (организационная) культура, виды корпоративной культуры, типология, основания типологий.

Выделение различных видов культур отражает ее основные свойства, которые интересуют исследователя и являются для него ключевыми для оценки совместимости с культурами других организаций или для успешного развития и функционирования исследуемой организации.

В зависимости от того какие аспекты интересуют исследователя корпоративной культуры, можно выделить виды организационных культур. Эти аспекты как могут быть связаны между собой, так и нет. Например, по стилю управления, где выделяют авторитарный тип и демократический. Приоритет конкретного стиля руководства формирует основные принципы, требования к поведению и деятельности сотрудников, характер процесса взаимодействия как с внешней средой, так и с внутренней, ориентацию на результат или же на человека. При этом часто в качестве оснований для определения культуры по данному типу используют различные формы взаимодействия руководящего состава и подчиненных.

Существует выделение по типу корпоративной культуры – бюрократическая, органическая, предпринимательская и партисипативная, на основе которых можно определить уровень организационного развития и соотносить данный уровень с общим уровнем состояния внешней среды. Они выступают эволюционными этапами развития, определяющимися уровнем развития организации и общества, в котором организация живет. Доминирование того или иного типа опирается на ряд оснований: качество сотрудников, основные цели и мотивы деятельности работника, структура организации, тип управления.

Возможно даже деление по степени инновационности. Критериями выступают владение ин-

формацией, степень доверия персоналу, степень учета интересов персонала, тип самого персонала. Безусловно, как мы понимаем, это далеко не весь список оснований, характеризующих тот или иной тип культуры [1].

Отнести культуру к определенному виду, в соответствии с перечисленными параметрами, можно по различным признакам, перечень которых определяется либо самим исследователем, либо группой экспертов, компетентных в данных вопросах. Оценка может вестись как по каждому основанию в отдельности, так и по всем предложенным основаниям. В последнем случае можно составить профиль корпоративной культуры, который можно будет сравнивать с профилями других организаций или профилем идеальной модели корпоративной культуры данной организации. Профиль идеальной модели получится, если одновременно с оценкой существующих показателей оценивать уровень данных показателей в идеале.

Организационная культура является результатом многократного взаимодействия работников, их индивидуальных ценностей, убеждений, поиска приемлемых норм поведения, распределения ролей, выработки приемов и методов взаимодействия (эффективной коммуникации). С одной стороны, организационная культура является продуктом человеческих отношений работников предприятия, связанных общей целью. Культура организации складывается из ценностей, убеждений, норм, ролей, установок людей, которые работают в данной организации. С другой стороны, культура находится над людьми – направляет и корректирует поведение людей в соответствии с общепринятыми нормами и ценностями.

Изучая корпоративную культуру, нельзя оставить без внимания влияющие на нее факторы:

национальную культуру, региональные и социальные особенности и традиции, ценности и этику общества, различные рыночные факторы [2]. Многообразие факторов, оказывающих влияние на свойства культуры организации, выступает одной из причин появления разнообразных типологий, призванных упорядочить задачи управления формированием культуры организации. Существует много подходов к описанию корпоративной культуры. Каждый подход использует определенные основания для анализа и выявления определенного типа корпоративной культуры. Это дает возможность исследователю определить и показать ведущие тенденции жизнедеятельности различных предприятий.

Большинство типологий берут свои корни из практики. Следует отметить, что исследователь данного вопроса может столкнуться с рядом типологий, начало которых берется из теории. Данные типологии в большинстве своем напрямую связаны с психологией. Критерии их носят психопатологический характер и завязаны на тщательном изучении личности. В этом случае исследователь использует четкий инструмент из теории психологии, и, выявляя основания, получает типологию. Например, подобной процедуры придерживался Манфред Д. Миллер. Но это скорее исключение из общего числа типологий, которые появляются благодаря повседневной жизнедеятельности предприятий. Исследователь наблюдает за конкретной культурой организации или нескольких организаций. Из своих практических наблюдений и замечаний он создает и определяет типологию, основываясь на замеченные им основания. Таким образом, из повседневной жизни предприятия вырисовывается теоретическая картинка типологии корпоративной культуры для данного исследователя. Другой исследователь, следуя аналогичным приемам, получает свою типологию, которая уже обладает своими основаниями корпоративной культуры, тем самым вырисовывается иная теоретическая картина. Иное заинтересованное лицо получает свою типологию корпоративной культуры. И таких заинтересованных лиц за несколько десятилетий пристального изучения теории корпоративной культуры набирается достаточно много. С практической точки зрения множество типологий корпоративной культуры позволяет охватить большое количество современных организаций. Однако с теоретической точки зрения такое разнообразие вносит путаницу в типологическую картину теории корпоративной культуры. Если обратиться к каждой из типологий, мы обнаружим несколько осно-

ваний, благодаря которым появляются типологии. Эти же основания используются при анализе организации и определении типа ее корпоративной культуры. Попробуем их представить [3, 4].

Исследователи Р. Блейк и Дж.С. Мутон предложили свою типологию корпоративной культуры на основе ценностной ориентации. По их мнению, возможны два основания в направлении ценностных ориентаций. Во-первых, это основание степени учета интересов производства: эффективность и экономический результат; во-вторых, основание степени учета интересов человека: удовлетворение его возможностей и способностей.

Следуя данным критериям, они выделили пять типов культур, связанных, соответственно, со стилями управления. Среди них: 1) «Загородный клуб», 2) «Власть-подчинение», 3) «Организационное управление», 4) «Команда» и 5) «Обедненное управление».

Модель, предложенная Т. Дилом и А. Кеннеди, состоит из четырех основных типов корпоративной культуры. Для исследования данных типов они выбрали следующие основания:

- уровень риска, касающийся деятельности компании;
- скорость получения обратной связи при взаимодействии с внешней средой (это быстрота получения последствий от принятых решений и выбранной стратегии);
- характеристика сотрудников и культуры: стремление к инновациям, объем работы, организованность, реакция на ошибки, привычки, быт.

Данные основания общие, они способствуют утверждению о возможном отличии корпоративных культур компаний разных отраслей. При этом типология подразумевает, что работники организации, без привязки к их кадровому бюллетеню, в идеальном варианте должны иметь конкретные черты и пристрастия. Эта «похожесть» вполне может доходить до жилья и одежды.

Типологией не предусматривается наличие кардинально различных корпоративных культур в одной отрасли. Ею также не учитывается различный ритм и организация разнообразных процессов, следовательно, и требования к личным качествам сотрудников внутри компании.

Полезную эффективность данной типологии можно получить, анализируя общее влияние отраслевых особенностей на корпоративную культуру.

В типологии Д. Зоненфельда предложено свое понимание типов культур. «Бейсбольная

команда», «Клубная культура», «Академическая культура», «Оборонная культура» («Крепость») – каждая из них обладает своим потенциалом, влияющим на состояние компании и ее успех. В исследовании Д. Зоненфельда именно различный потенциал той или иной культуры лег в основание представленной типологии.

Если разложить на более простые составляющие, то в типологии Д. Зоненфельда мы выявим следующие:

- уровень мобильности сотрудников;
- возможность взаимодействия с окружающей средой и способность оперативной реакции;
- качество и характер сотрудников (их стремление, отношение к организации, способности).

В научной литературе бытует мнение, что данная типология схожа с типологией Т. Дила и А. Кеннеди. При тщательном анализе обеих это сходство видно как внешне – очевидное представление четырех типов культур, так и внутренне – на уровне оснований.

Не менее интересно исследование индикаторов эффективности крупных компаний К. Камерона и Р. Куинна [5]. Они рассматривали два измерения эффективности. В рамках первого выделились корпоративные культуры, где эффективность – это стабильность, механическая целостность, предсказуемость, мобильность, способность к адаптации и поступательное движение. В рамках второго выделялась корпоративная культура, где эффективность – это ориентация на интеграцию и единство, ориентация на дифференциацию и соперничество.

Данная типология опирается на следующие основания:

- эффективность в способности к изменчивости и адаптации;
- эффективность в способности к интеграции и единству.

Она представляет практическую ценность, т.к. охватывает ключевые характеристики культур, в т.ч. в области управления персоналом. Типология К. Камерона и Р. Куинна позволяет получить качественные и количественные оценки культур и осуществить диагностику изменений культуры предприятий.

Р. Акофф анализировал корпоративную культуру как отношения власти в группе или организации. Для анализа он выделил два параметра (основания):

- степень привлечения сотрудников к установлению целей в группе/организации;

- степень привлечения работников к выбору средств для достижения поставленных целей.

На основе сравнения этих двух оснований было выделено четыре типа корпоративной культуры с характерными отношениями власти. Среди них «корпоративный», «консультативный», «партизанский», и «предпринимательский».

Канадские исследователи Ф. Манфред, Ке де Ври и Денни Миллер осуществили перенос на корпоративные культуры организаций психопатологических культур, которые используются в психологии в отношении отдельных личностей, и представили типологию корпоративных культур. В данной типологии имеет место перенос на целую организацию психопатологических критериев (оснований), присущих личностям. Эти основания определяют параметрическое состояние и развитие культуры организации. Среди оснований можно выделить следующие:

- недоверчивость;
- страх перед преследованием;
- способность к риску;
- способность к самостоятельности, ответственности;
- степень вовлеченности сотрудников в процесс управления, принятия решений и др.

Учеными была разработана соответствующая классификация корпоративных культур: параноидальные, принудительные, драматические, депрессивные, шизоидные [6].

Следует отметить, что существует еще ряд ученых, которые использовали личностные качества и ориентации для построения классификации корпоративных культур. Так, культурные ориентации руководства и сотрудников компаний разных стран и их значение для эффективного управления изучали Ф. Клухон и Ф.Л. Штротберг, а позднее – Г. Лейн, Дж. Дистефано и Н. Адлер.

Для выявления культурных различий Ф. Клухон и Ф.Л. Штротберг использовали несколько оснований:

- личностные качества человека;
- отношение человека к природе или восприятие мира;
- отношение между людьми;
- ориентация в пространстве;
- ориентация во времени;
- ведущий тип деятельности.

Предполагается, что каждое из этих оснований отражается на поведении и отношениях. В данной модели принимается за аксиому, что указанные переменные и их национальные вариации непосредственно связаны с различными

характеристиками корпоративной культуры. Например, ценностные ориентации, связанные с восприятием человека, могут отражаться на следующих корпоративных характеристиках: стиль управления, система контроля, корпоративный климат, которые обладают своими вариантами для каждого типа культуры.

Отметим, что впоследствии Н. Адлер осуществил сравнительный анализ особенностей корпоративной культуры в своей стране и культурных ориентаций других стран.

А. Нельсон и Ф. Берне в построении своей модели типологии корпоративных культур выделили четыре типа: «реагирующий», «отзывчивый», «активный» и «высокоэффективный». При выделении обозначенных типов культур исследователи использовали ряд оснований:

- временные рамки (ориентация на время);
- способность к планированию;
- способность к постановке целей;
- способность и модель модернизации;
- форма, тип управления;
- структура организации;
- личностная ориентация сотрудников;
- мотивация сотрудника (персонала);
- взаимодействие с внешней средой;
- модель развития.

Данная типология построена по нарастающей модели определенных черт по каждому основанию. Мы видим определенный рост, на который исследователи Л. Нельсон и Ф. Берне возложили определенные надежды. При этом они оговорились, что рост не должен противоречить стремлению к выполнению заданий и достижению соответствующих показателей по производительности.

Американский социолог С. Ханди предложил свою классификацию типов корпоративной культуры. Она опирается на распределение власти, полномочий и связанных с ними ценностных ориентаций личности, которые обуславливают специфический характер ее деятельности на различных этапах ее развития. В качестве оснований для анализа С. Ханди определил:

- систему распределения власти в организации;
- ценностные ориентации личности;
- взаимодействие «индивид-организация»;
- структура организации;
- характер деятельности организации.

Ханди также определил ряд сил, которые действуют в организации. Это силы положения, распоряжения ресурсами (владение информацией), обладания знаниями. В зависимости от того, какие силы доминируют в организации,

формируется и развивается философия отношений между структурными частями и членами организации и соответствующая данным отношениям корпоративная культура.

На основе этих оснований С. Ханди выделил четыре корпоративные культуры, которые в западной литературе метафизически обозначаются богами древнегреческой мифологии: культура Зевса (власти), культура Аполлона (роли), культура Афины (задачи), культура Диониса (личности). При этом исследователь отмечает, что все типы культур вполне могут встречаться в ходе эволюции в рамках одной организации.

Вот, например, еще один вариант модели классификации корпоративных культур на основе исследования организационной структуры. Данную классификацию легко можно сопоставить с типологией С. Ханди. Так называемая «паутина», или типичная корпоративная культура. По типологии такая структура соответствует вышеописанной культуре власти. Кластерный тип (наличие рабочих групп). Данная структура типична для культуры задач.

Так называемый «храм» характеризуется наличием функционального отделения. Эта структура отражает ролевую культуру.

И, наконец, «звездное небо», или культура личности, в которой явно прослеживается индивидуализм, характерный для консалтинговых компаний и общественных организаций.

В типологии корпоративных культур М. Бурке выделено восемь типов корпоративных культур, построенных на следующих основаниях:

- взаимодействие с внешней средой;
- размер и структура организации;
- мотивация персонала.

М. Бурке выделил следующие типы культуры: «оранжереи», «собирателей колосьев», «огорода», «французского сада», «крупных плантаций», «лианы», «косяка рыб», «кочующей орхидеи».

Несложная классификация предложена С.Г. Абрамовой и И.А. Костенчуком, которые, рассмотрев характер влияния корпоративной культуры на эффективность деятельности организации, выделили «положительную» (в литературе встречается также «позитивную») и «отрицательную» («негативную») культуры. Корпоративная культура положительна, когда она способствует увеличению результативности при решении проблем и росту производительности, когда является источником эффективного и грамотного управления.

Отрицательной культура выступает тогда, когда источник сопротивления и хаоса в орга-

низации мешает эффективному управлению, общему функционированию предприятия и его развитию. В качестве оснований для данной классификации типов культур С.Г. Абрамова и И.А. Костенчук выделяют следующие критерии:

- степень взаимоадекватности доминирующих ценностей со способами их реализации;
- степень соответствия личностных и внутригрупповых ценностей. В данном случае мы можем назвать это основание степенью способности к интеграции и единству;
- характер доминирующих ценностей в организации;
- отношение сотрудников к организации.

Создавая корпоративные парадигмы, Лари Константин рассматривал несколько областей: управления, лидерства, принятия решений, организации взаимодействия и коммуникации, психологических особенностей людей. Американский исследователь выделил четыре типа культур, которые получили название «закрытой», «случайной», «открытой» и «синхронной» корпоративных моделей. В своем исследовании Л. Константин выделил следующие основания:

- степень распоряжения ресурсами;
- степень владения информацией;
- степень участия сотрудников в управлении и принятии решений;
- способность к изменчивости и адаптации.

Д. Коул предположил свою типологию, которую модифицировали отечественные исследователи Т.Ю. Базаров и П.В. Малиновский. Данная классификация основана на типе управления, под которым понимается характеристика того, как принимаются и как именно реализуются управленческие решения.

Анализируя взаимодействие формы управления и рычагов управления, были выделены следующие типы культур: органическая, предпринимательская, бюрократическая, партисипативная. В качестве основания типологии исследователи использовали:

- форму управления;
- характер, качества, свойства сотрудников;
- степень участия работников в управлении.

Ведущий специалист по проблеме менеджмента и социологии организации У. Оучи представил свой вариант типологии. В качестве оснований использовал:

- характер доминирующих отношений в организации;

- характер регуляции взаимодействий, тип взаимодействий в организации;
- способность к адаптации в изменяющейся ситуации.

По Оучи, существует три типа корпоративной культуры: рыночная, бюрократическая, плановая. При этом последнюю У. Оучи рассматривает как некое дополнение к первым двум, которая может существовать как внутри рыночной, так и внутри бюрократической культуры.

Голландский ученый Геерт Хофстеде исследовал различия национальных культур в деятельности дочерних компаний многонациональной корпорации [6, 8]. На основании анализа результатов исследований Г. Хофстеде пришел к выводу, что индивид получает из своей национальной культуры в форме фундаментальных ценностей серию установок. Таким образом, большинство различий в рабочих ценностях и отношениях объясняются национальной культурой, а также зависят от места в организации, профессии, возраста и пола. По сути дела из этого и складываются выделенные им основания для построения классификации типов корпоративной культуры:

- индивидуализм – коллективизм;
- дистанция власти;
- степень стремления избегать неопределенности;
- гендерная особенность сотрудника;
- ориентация ценностей во времени.

Следует отметить, что данные основания добавлялись спектром психологических оснований, касающихся особенностей личности. В связи с этим основания типологии Г. Хофстеде можно считать двухуровневыми, в чем заключена их ценность и сложность при анализе.

Признание определяющей роли национально-государственного и этнического фактора на корпоративную культуру привело к тому, что в современной научной литературе получили довольно широкое распространение типологии корпоративных культур по национально-государственному признаку.

Подтверждением вышесказанного является типология Г. Минцберга. Он, используя наработки Г. Хофстеде, представил типологию корпоративных культур, совместив следующие основания:

- дистанция власти;
- степень стремления избегать неопределенности;
- структура организации.

Г. Минцберг выделил пять типов культур: простая структура, механическая бюрократия, профессиональная бюрократия, девизиональная (промежуточная) форма, адхократия (модель «сельского рынка»).

Н. Леметр, следуя принципам, выдвинутым Г. Хофстеде, предложил свою типологию, в основании которой лежит культура окружающей среды. Он отметил следующие типы корпоративной культуры: американские, связанные с принципами протестантской этики; японские, связанные с буддийской этикой; арабского Востока, связанные с мусульманской этикой; российские – с православной.

Получается, что каждая типология того или иного исследователя имеет свой ряд оснований, а все вместе они дают картину множества оснований. Они словно звездное полотно усыпали теоретический небосвод корпоративной культуры. Взглянув на это изобилие различных оснований, голова идет кругом, словно мы в ясную ночь окинули взором звездное небо. И, конечно, ясности в теоретическом понимании от такого изобилия не наступает никакого.

Анализ западной и отечественной литературы свидетельствует о том, что в настоящее время исследователями предложен широкий спектр подходов к типологии корпоративной культуры. В связи с этим очень важна систематизация, которая призвана повысить эффективность использования различных типологий. Одну из подобных систематизаций осуществила специалист Института корпоративной культуры Е.А. Черных, которая задалась целью сравнить аналитические и прикладные возможности существующих подходов, определить сферу их применения.

Типологии корпоративных культур можно классифицировать по различным параметрам, что продельвалось неоднократно. По количеству используемых критериев (наиболее часто встречаются двумерные типологии, которые изображаются в виде матрицы или системы координат), а также по количеству выделяемых типов (чаще всего выделяют четыре типа). Однако такой подход не позволяет делать содержательные выводы, сравнивать инструментальные возможности. По мнению Е.А. Черных, многообразие типологий может быть сужено, если провести систематизацию на основании методологических принципов, которые заложены в самих типологиях [9, 10]. Таким образом, все типологии можно разбить на четыре группы, в зависимости от того, на основании какого обобщенного критерия осуществляется типология. В качестве таких критериев выбраны:

1) этнометрические (кросс-культурные) различия. Среди авторов типологий следует отметить Г. Хофстеде; Г. Минцберга; Ф. Тромпенаарса и Ч. Хэмпден-Тернера; Ф. Клухона и Ф.Л. Штротбека, Г. Лейна, Дж. Дистефано и Н. Адлер; Ш. Шварца;

2) ценности, отношения, личностные качества и особенности поведения. Авторами типологий выступают Манфред Ф.Р., Ке де Ври и Д. Миллер; С. Медок и Д. Паркин; Р.Р. Блейк и Д. С. Моутон; С.Г. Абрамова, И.А. Костенчук;

3) система распределения власти, полномочий и ответственности. Авторами данных типологий являются Ч. Ханди; Р. Акофф; Д. Коул; Т.Ю. Базаров; Я. Хармс;

4) организационно-функциональные параметры и особенности взаимодействия с внешней средой, где авторами являются М. Бурке; Т. Дил и А. Кеннеди; К. Камерон и Р. Куинн; Д. Зоненфельд; Л. Константин; Р. Гоффи и Г. Джонс; Л. Нельсон и Ф. Бернс; Л.И. Уманский [9].

Существуют попытки упорядочить многообразие типологий корпоративных культур, при этом весьма неплохие, как мы смогли убедиться. Однако мы в настоящем исследовании пошли дальше. Проанализировав большинство известных типологий и выявив в них простые основания, по которым выстраивалась та или иная классификация, мы осуществим попытку сделать существенный шаг к созданию более совершенной схемы оснований. Следует отметить труд Е.А. Черных, в котором упорядочены подходы к типологии с опорой на «методологический принцип». По сути, она указала на существование общего критерия, который мы в настоящем исследовании используем как основание типологии, и скомпоновала все подходы для удобного прочтения и анализа. Нашей задачей остается стремление упорядочить многообразие типологий, но пунктом отсчета и предметом анализа настоящего исследования являются основания той или иной типологии.

В каждой типологии можно выявить «чистые» основания и внимательно проанализировать каждое на предмет близости и родственности друг к другу. Или, наоборот, их четкой разнородности. Тогда возможно получить поле простых составляющих типологий. Опираясь на данное поле, вероятно смоделировать методику (процедуру) совмещения данных оснований. Это нам позволит определить следующее:

- найти родственные по своим основаниям типологии;
- осуществить попытку построения унифицированной модели оснований;

– осуществить попытку построения определенной типологии исходя не из практического наблюдения, а из «чистой теории».

Мы попытаемся сконструировать универсальную схему оснований, на основе которой и посредством которой мы сможем выстроить некоторый тип культуры. Это нам также позволит понять современный уровень изученности свойств корпоративной культуры. Что немаловажно, данная процедура способствует оценке эффективности предложенных типологий в качестве инструмента диагностики и управления развитием культуры организации. Выходит, не прибегая к сложным расчетам и манипуляциям, мы сможем предположить, пусть и на теоретическом уровне, последовательность действий той или иной организации в процессе ее жизнедеятельности [7, 10].

Современная ситуация развития компаний, в том числе корпоративных культур, настолько сложна и динамична, что теоретической составляющей угнаться за ней практически нет возможности. В настоящее время философия отдельно взятой корпоративной культуры эклектична. Попытка разработки схемы и методики способствует развитию теории корпоративной культуры и позволит оставаться ей актуальной для практики.

Список литературы

1. Бузаева Е.Г. Сущность и основные типы корпоративной культуры // Экономическая политика: поиски и достижения. 2000. № 1. С. 125–131.
2. Марача В. О подходах к анализу «корпоративной культуры» в рамках практики процессного консультирования (постановка проблемы) // Системы управления – проблемы и решения. 1999. № 10. С. 116–131.
3. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. М., 1985.
4. Грошев И.В., Емельянов П.В., Юрьев В.М. Организационная культура. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
5. Камерон К.С., Куинн Р.Э. Диагностика и изменение организационной культуры: Пер. с англ. / СПб.: Питер, 2001 г. 311 с.: Пер. изд.: Diagnosing and changing organizational culture/Cameron K.S., Quinn R.E. Reading et al., 1999.
6. Капитонов Э.А. Корпоративная культура: Теория и практика М.: Альфа-пресс, 2005. 352 с.
7. Щербина В.В. Социальные теории организаций. Словарь. М.: Инфра-М, 2000.
8. Организационная культура / О.Е. Стеклова. Ульяновск: УлГТУ, 2007. С. 45–57.
9. Обзор типологий: <http://www.corpculture.ru/content>
10. Обзор типологий корпоративной культуры: <http://www.advlab.ru>

THE INTRODUCTION TO THE CLASSIC THEORY OF CORPORATIVE CULTURE

V.A. Schurov, A.V. Komissarov

The article is dedicated to the problem of investigation typology of corporative culture foundations. Various approaches being the result of empirical problems are under analysis. Invariant foundations are the core problem and defined as the introduction to the theory of corporative culture.

Keywords: corporative, (organizational) culture, view of corporative culture, typology, foundations of typology.