

СТРУКТУРНО-ЗМІСТОВІ ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

У статті розглянуто організаційну культуру як соціальне явище і як складову соціального управління, базовою інтегральною характеристикою якої є упорядкована система цінностей, уявлень, переконань і нормативних зразків поведінки, що забезпечує оптимальну внутрішню інтеграцію та зовнішню адаптацію організації чи соціального інституту. Виділено структурні компоненти організаційної культури державного сектору суспільства: 1) соціетальні складові (ідентичність, архетипи керівника); 2) ціннісно-нормативні складові (цінності, організаційні цінності й норми); 3) організаційно-управлінські складові організаційної культури (стиль керівництва в організації, структура комунікації, соціально-психологічний клімат). На основі результатів соціологічного опитування виявлено змістові особливості організаційної культури в державному секторі українського суспільства.

Ключові слова: транзитивне суспільство, державний сектор, організаційна культура, соціетальні складові організаційної культури, ціннісно-нормативні складові організаційної культури, організаційно-управлінські складові організаційної культури.

З погляду теорії соціальних змін сучасне українське суспільство перебуває в стані транзитивності – еволюційних змін у всіх його сферах. Процеси суспільної модернізації актуалізують проблему вивчення адаптаційних механізмів такого соціального явища, як організаційна культура, дослідження структурно-змістових змін організаційної культури в різних секторах суспільства: державному, комерційному та громадському. Це вимагає застосування соціолого-управлінського підходу у вивченні організаційної культури як окремих установ, підприємств і організацій, так і різних суспільних секторів загалом.

Організаційна культура як соціальне явище є предметом наукових досліджень багатьох зарубіжних учених у сфері менеджменту, соціології управління, соціології організацій. Серед них можна виділити таких, як: Е. Атос, Ч. Барнард, М. Луї, Р. Моран, Р. Паскаль, А. Петтигрю, Т. Пітерс, С. Роббінс, Г. Саймон, Ф. Селзник, Р. Уотермен, Ф. Харріс. Особливу увагу привертають праці Е. Шейна, у яких підкреслено роль ціннісно-мотиваційних факторів у процесі формування організаційної культури. Організацію як соціальну спільноту, яка виникає й періодично відтворюється як соціокультурна система, інтегральним утворенням якої є цінності, розкрито в працях М. Семікіної, І. Сіменко, О. Харчишиної, О. Шубіна та ін. Серед вітчизняних науковців, які підкреслюють роль організаційної культури у формуванні сучасної моделі соціального управління, варто відзначити В. Городяненка, Д. Задихайло, О. Кибенко, Г. Коржова, В. Кудіна,

В. Подшивалкіну, В. Полторака, М. Туленкова, Л. Хижняк та ін. Однак розгляд проблеми організаційної культури має фрагментарний характер, тому існує потреба в комплексному дослідженні її структури, елементів, специфіки вияву в організаціях різних секторів суспільства: державного, комерційного й суспільно-громадського.

Мета статті – виявити структурно-змістові особливості організаційної культури в державному секторі сучасного українського суспільства.

У сучасній соціологічній думці існує багато її концептуальних визначень і поглядів щодо її сутності та змісту. Розглянемо деякі з них. Наприклад, Х. Шварц у характеристиці організаційної культури виділяє таке: 1) це комплекс переконань і базових уявлень членів організації; 2) вони впливають на формування норм і цінностей організації; 3) визначають патерни поведінки індивідів в організації [13]. Дослідник Г. Хофстед сутністю організаційної культури називає колективне програмування думок, що й відрізняє організацію і її членів від інших [12]. Провідний науковець у сфері дослідження організаційної культури Е. Шейн визначає її як систему цінностей та переконань, сукупність принципів і схем вирішення проблем зовнішньої адаптації й внутрішньої інтеграції працівників [10]. Т. Базаров зауважує, що «організаційна культура – це інтегральна характеристика організації (її цінностей, способу поведінки, способів оцінювання результатів діяльності)», «цілісне уявлення про цілі й цінності, властиві організації, специфічні принципи поведінки та способів реагування» [6, с. 363]. Отже, у наведених концептуальних визначеннях організаційної культури як її базової, сутнісної характеристики виступають ціннісно-мотиваційні й нормативні підсистеми, які відображають соціокультурну сферу суспільства, у якому існує організація, причому як соціально-економічне утворення, так і соціальна спільнота.

На таких самих позиціях ґрунтуються визначення організаційної культури й українських учених. Так, М. Семикіна розглядає організаційну культуру «як сукупність визначених цінностей, норм і моделей поведінки, що декларуються, поділяються й реалізуються на практиці керівниками підприємств і персоналом, доводячи свою ефективність у процесі адаптації до потреб внутрішнього розвитку підприємства й вимог зовнішнього середовища» [4, с. 197]. Водночас О. Харчишина стверджує, що організаційна культура виступає як основна складова внутрішнього простору організації, який забезпечує оптимальну внутрішню інтеграцію та зовнішню адаптацію й виступає інтегральною характеристикою рівня її розвитку [8]. Дослідниця І. Сіменко визначає організаційну культуру як сукупність морально-етичних цінностей, переконань, правил, що організують поведінку працівників з метою забезпечення ефективного функціонування підприємства в межах цієї організаційної структури [5]. В управлінському аспекті визначає організаційну культуру О. Шубін, наголошуючи, що організаційна культура – це складний елемент внутрішнього середовища організації, що

має певні феноменологічні властивості; інтегрує духовні, матеріальні, статичні й процесуальні елементи з метою формування єдиної філософії управління для забезпечення зовнішньої адаптації та ефективного функціонування організації [11].

Таким чином, визначення сутнісно-змістових характеристик організаційної культури передбачає виділення її структури, яка містить імпліцитну та експліцитну складові. Найчастіше в складі організаційної культури виділяють три рівні, які в певній послідовності пов'язані між собою. Подібне тлумачення ґрунтується на розробках відомого фахівця в цій галузі Е. Шейна, який запропонував описувати організаційну культуру, виділяючи такі її рівні: 1) базові уявлення (несвідомі, самоочевидні переконання, на яких базуються цінності й поведінка персоналу); 2) проголошені вірування та цінності, які знаходять своє вираження в стратегіях, цілях, філософії, баченні й дають можливість досягнути організаційної ефективності; 3) артефакти, тобто очевидні структури, процеси, ознаки, характеристики [10]. Рівні культури в тлумаченні Е. Шейна – це рівнозначні, послідовно взаємопов'язані блоки, перший з яких (базові уявлення) – глибинний рівень – є основою для створення й розвитку наступних рівнів – внутрішнього та поверхневого.

Власний підхід до визначення структури організаційної культури подано в концепції В. Харчишиної [9, с. 296–297], яка виділяє функціонально відокремлені частини (підсистеми), кожна з яких містить як імпліцитні, так і експліцитні елементи:

- 1) ціннісну: цінності, місія й філософія компанії;
- 2) символічну: герої, легенди, ритуали, символи;
- 3) нормативну: норми, процедури, правила, критерії та структури;
- 4) комунікативно-управлінську: стиль керівництва, система комунікацій, система управління персоналом;
- 5) ідентифікаційну: фірмовий стиль, імідж, бренд компанії як роботодавця та товарний бренд.

Базовою підсистемою організаційної культури є ціннісна, інші чотири залежать від неї.

Водночас В. Кошельник виділяє такі системотвірні складові організаційної культури [2]:

- біхевіористичні: тип поведінки, мотив, стимул;
- морально-етичні: звичаї й традиції, обряди та ритуали, образи, легенди й міфи, символи;
- когнітивні: місія, цінності, ідеали, установки, бажання;
- матеріалістичні: споруда організації, планування приміщень, оформлення інтер'єрів, меблі, фірмовий одяг тощо.

До прихильників феноменологічного, описового підходу можна зарахувати Ф. Харріса і Р. Морана, які розробили такі характеристики змісту культури організації: усвідомлення себе й свого місця в організації; комунікаційна система та мова спілкування; зовнішній вигляд, одяг і уявлення

про себе на роботі; звички й традиції в цій сфері; усвідомлення часу, ставлення до нього і його використання; взаємини між людьми; цінності й норми; віра в щось; процес розвитку працівників і навчання; трудова етика та мотивування [1, с. 33]. Відомий теоретик управлінського консультування М. Кубр, визначаючи організаційну культуру як систему організаційних цінностей, розглядає прояв її змісту через зріз культурних специфічних цінностей організації, які, на його думку, відображають, перш за все, цінності національної культури [7, с. 109–110].

Для аналізу структурно-змістовних особливостей організаційної культури нами було використано саме структурний підхід Е. Шейна, що надало змогу виділити такі складові організаційної культури:

– соціетальні (глибинний рівень за структурою Е. Шейна): 1) національний менталітет як система поглядів, оцінок, норм і умонастроїв, ґрунтованих на наявних у суспільстві знаннях і віруваннях, які визначають ієрархію цінностей, ідеали, схильності, інтереси й інші соціальні установки, що відрізняють цю спільноту від інших; 2) архетип – зафіксований колективним несвідомим культурний стереотип, який впливає на поведінку, визначає тенденцію соціетальних процесів, формуючи певну ціннісно-нормативну й морально-етичну систему суспільства; 3) соціетальна ідентичність як багатовимірна психосоціальна реальність, вирішальну роль у формуванні якої відіграють нематеріальні культурні цінності;

– ціннісно-нормативні (підповерхневий рівень за структурою Е. Шейна): 1) цінності й ціннісні уявлення як спосіб диференціації об'єктів зовнішнього світу за соціальною або індивідуально-особистісною значущістю, соціальні за своїм походженням і сутністю набувають особистісного смислу для індивіда в контексті соціальної взаємодії, визначають суб'єктивне відображення ставлення людини до деяких аспектів соціальної системи; 2) соціальні норми й правила поведінки в організації – засіб орієнтації соціальної поведінки кожної окремої особистості або спільноти в певній ситуації та засіб контролю за їхньою поведінкою з боку суспільства; 3) організаційні цінності – це загальні переконання членів організації з приводу цілей, місії, філософії й соціального значення існування організації, виступають мотивують фактором і формуються на загальнолюдських, соціокультурних та особистісних цінностях;

– організаційно-управлінські (поверхневий рівень за структурою Е. Шейна): 1) стиль керівництва й управління організацією як сукупність принципів, норм, методів і прийомів впливу на підлеглих з метою ефективного здійснення управлінської діяльності та досягнення поставлених цілей; стиль поведінки керівника, який охоплює його суб'єктивно-психологічні характеристики; 2) система комунікацій в організації як основна умова існування й розвитку організації, процес взаємодії членів організації, прийняття та донесення управлінських рішень; 3) соціально-психологічний клімат організації – це відносно стійкі емоційно-

психологічні стани колективу, що відображають реальну ситуацію організаційної взаємодії й характер міжособистісних відносин.

Емпіричну базу дослідження становлять результати: масового соціологічного опитування 500 респондентів з-поміж працюючого населення Запорізької області, проведеного в 2016 р. До вибірки соціологічного опитування увійшли співробітники державних організацій і підприємств (установи державного управління та місцевого самоврядування, державні підприємства, установи освіти, охорони здоров'я, комунального господарства).

Соціетальні складові організаційної культури. Для виявлення особливостей соціальної й соціетальної ідентичностей респондентам було запропоновано визначити ступінь ототожнення себе з різними соціальними групами та спільнотами, поведінковими стратегіями й психосоціальними установками (рис. 1).

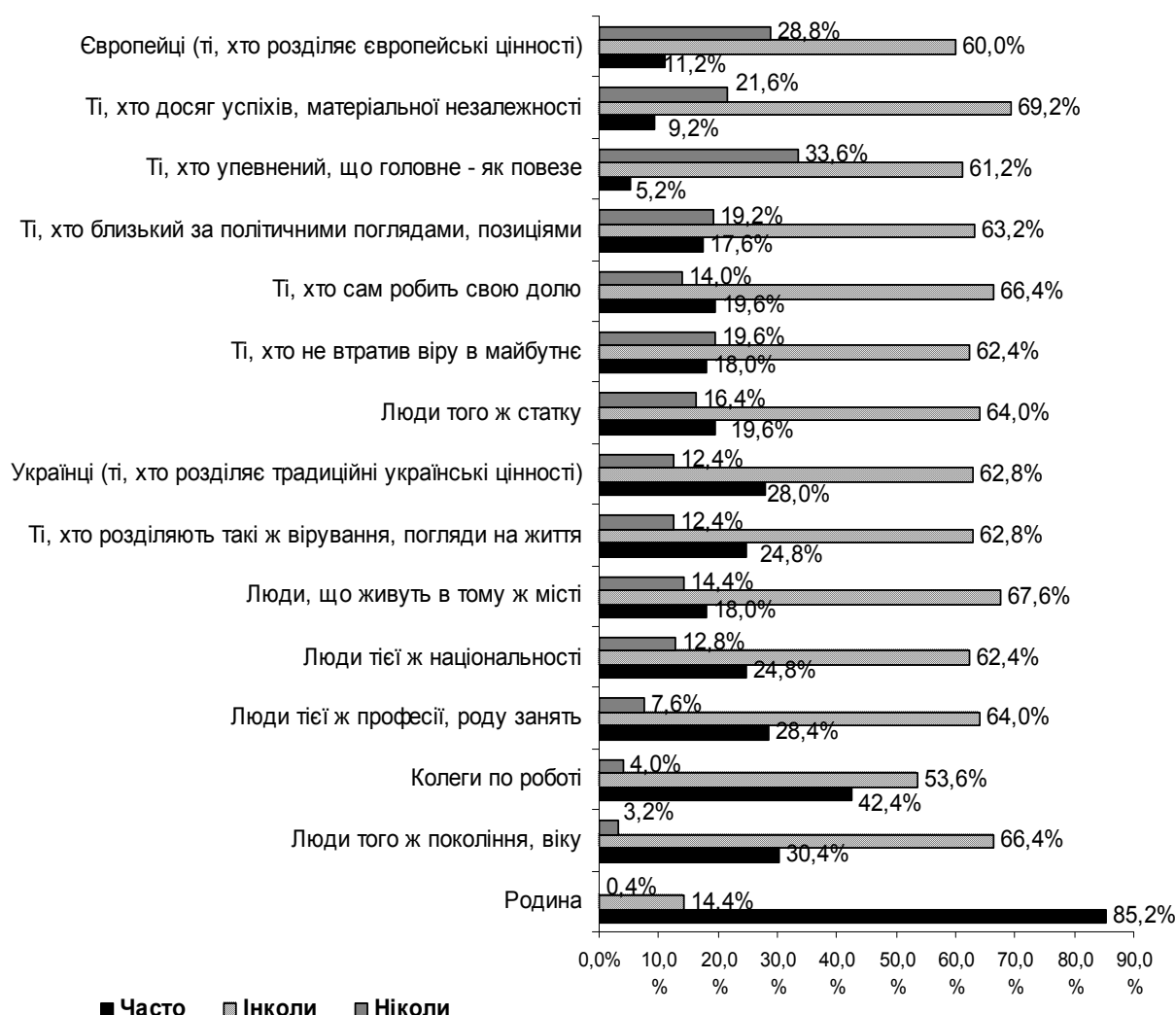


Рис. 1. Структура самоідентифікацій працюючого населення в державному секторі

Більшість ідентифікаційних стратегій мають середні показники (відповіді «інколи»), але варто відзначити перевагу соціальної ідентичності, що характеризує модерне суспільство: родина, вікова група, професія. Се-

ред значущих соціетальних ідентифікацій можна виділити національність, єдність поглядів (світоглядних, релігійних, політичних тощо), деякі поведінкові стратегії – ті, хто сам робить свою долю.

Для аналізу архетипічної структури організаційної культури респондентам було запропоновано обрати три найбільш значущих архетипічних образів ідеального керівника серед десяти особистісних архетипів: новатор, ватажок, борець, захисник, годувальник, оригінал, помічник, бунтар, миротворець. Структура архетипічного образу «ідеального» керівника в свідомості працівників державного сектору представлена такими особистісними архетипами: захисник, ватажок, новатор, творець і помічник. Структурним елементом, що домінує, є архетип захисника.

Ціннісно-нормативні складові організаційної культури. Для аналізу ціннісної структури в груповій свідомості працівників різних суспільних секторів було застосовано методику вивчення ціннісних уявлень Д. Леонтьєва [3], створену на основі методики М. Рокіча. Респондентам було запропоновано вибрати 7 найбільш значущих термінальних та інструментальних цінностей за такими параметрами: «Особисто для Вас», «У Вашій організації (колективі)», «Для українського суспільства в цілому».

Ієрархія термінальних цінностей представлена таким чином: серед особистісних цінностей домінують традиційні й матеріалістичні цінності (здоров'я, любов, добробут, сім'я, друзі), цінності, які поділяють члени організації, відображають індустріальні (робота, суспільне визнання, добробут, продуктивне життя) і постіндустріальні цінності (пізнання, розвиток, творчість, свобода). Серед цінностей сучасного українського суспільства респонденти виділяють як традиційні й матеріалістичні цінності. У державному секторі кореляція між особистісними цінностями і цінностями в організації ($r = -0,095$) та особистісними цінностями й цінностями українського суспільства ($r = -0,007$) відсутня. Існує слабка кореляція між цінностями в організації й цінностями українського суспільства ($r = 0,295$).

Ієрархія інструментальних цінностей представлена таким чином: серед особистісних цінностей домінують традиційні морально-етичні, притаманні українській ментальності (охайність, освіченість, відповідальність, чесність, вихованість, терпимість), цінності, які поділяють члени організації, відображають якості, що необхідні для ефективного виконання професійної діяльності (дисциплінованість, освіченість, відповідальність, ефективність у справах, охайність). Серед цінностей сучасного українського суспільства респонденти виділяють традиційні. У державному секторі існує кореляція між особистісними цінностями й цінностями в організації ($r = 0,591$) та слабка кореляція між цінностями в організації й цінностями українського суспільства ($r = 0,476$). Кореляція між особистісними цінностями та цінностями українського суспільства досить слабка ($r = 0,240$).

На рис. 2 подано структуру деяких організаційних цінностей у державних установах і підприємствах. Загалом респонденти визначили як

найбільш значущі організаційні цінності такі: якість виконаної роботи, високий професійний рівень співробітників, досягнення запланованих результатів, співпрацю та роботу в команді, інтереси клієнтів (замовників), що відповідають орієнтації діяльності організації на якість і результат (отримання прибутку, матеріальний продукт, надання послуги, соціальний ефект тощо).



Рис. 2. Структура організаційних цінностей в установах і підприємствах державного сектору суспільства

Для визначення змістовних характеристик ціннісно-нормативної складової організаційної культури респондентам було запропоновано відповісти на відкрите питання: «Назвіть, будь-ласка, три основні правила й норми поведінки, які прийняті у Вашому колективі?». Контент-аналіз відповідей респондентів надав змогу виділити п'ять смислових категорій, які характеризують нормативну систему організаційної структури: морально-етичні норми; норми, що відображають емоційно-вольові якості особистості; професійно-виробничі норми; комунікативні норми; загальні організаційні норми (слогани). Результати дослідження подано на рис. 3.

Отже, нормативний вимір організаційної культури в організаціях державного сектору представлений такою ієрархією норм: морально-етичні норми, емоційно-вольові якості, професійно-виробничі норми, комунікативні норми, загальні норми.

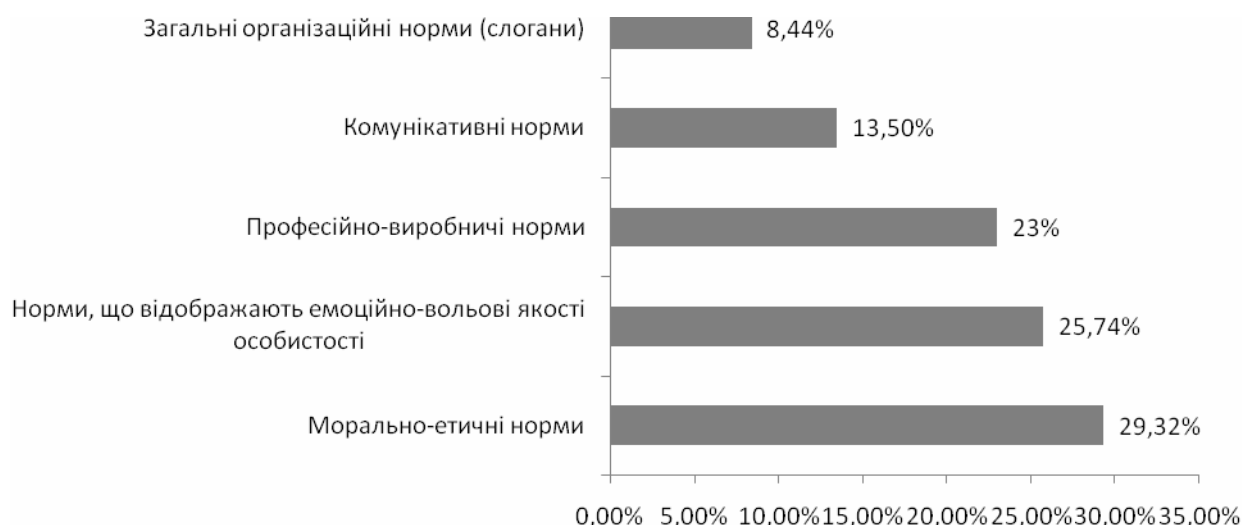


Рис. 3. Змістовні характеристики ціннісно-нормативної складової організаційної культури

Організаційно-управлінські складові організаційної культури. Основними показниками виступили: стиль керівництва в організації, особливості формального й неформального спілкування (структура комунікації), оцінка емоційно-психологічної атмосфери в колективі, оцінка соціально-психологічної взаємодії в організації.

Загалом за вибіркою респонденти визначають як стиль керівництва, що домінує, змішаний (ситуативний) – 43,2% і демократичний – 34,4%, для якого характерні колегіальність прийняття управлінських рішень, стимулювання ініціативи підлеглих, достатність інформації про перспективи діяльності організації; більше ніж половина респондентів вважає, що формальне й неформальне спілкування в колективі рівноцінні та доповнюють один одного (55,6%), 18% переконані, що неформальне спілкування формує дружні відносини в колективі й надає змогу швидко вирішувати проблеми міжособистісного та ділового характеру (12%); респонденти оцінюють емоційно-психологічну атмосферу в організації як вищу від середньої – 7 балів, де 1 бал відповідає негативній, недружній атмосфері, а 9 балів – атмосфері взаємодопомоги, взаємоповаги; в організаціях державного сектору більші показники мають позитивне емоційне ставлення один до одного, морально-етичні норми спілкування, поведінка в складних ситуаціях.

Висновки. Отже, у державному секторі суспільства організаційна культура за Г. Хофштедом [12] відповідає колективістському типу організаційної культури, причому за стилем керівництва переважає змішаний (ситуативний) і демократичний, що вказує на посилення тенденції демократичного транзиту в соціальному управлінні. Структурно-змістовними особливостями організаційної культури виявлено: 1) у вимірі соціетальних складових – домінування соціальної ідентичності за віковою й професій-

ною ознакою, домінування патерналізму в архетипі керівника; 2) у ціннісно-нормативному вимірі – слабо інтегровану ціннісну систему, орієнтацію на професіоналізм і якість, морально-психологічну основу соціальних норм; 3) у вимірі організаційно-управлінських відносин – ситуативний і демократичний стиль керівництва, середній рівень відкритості інформаційних потоків, позитивний соціально-психологічний клімат.

Список використаної літератури

1. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: Практикум по курсу. Москва : Гардарики, 1999. 281 с.
2. Кошельник В. М. Сутність та значення організаційної культури у системі управління підприємством в умовах транзитивної економіки. *Менеджмент*. URL: <http://www.nbuv.gov.ua> (дата звернення: 16.06.2018).
3. Леонтьев Д. А. Методика изучения ценностных ориентаций личности. Москва : Смысл, 1992. 46 с.
4. Семикіна М. В. Еволюція організаційної культури на українських підприємствах: проблеми та протиріччя. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2009. № 6. С. 197–200.
5. Сіменко І. В., Белоусова І. М. Організаційна культура підприємства: лексико-семантичний аналіз змісту. *Сталий розвиток економіки* : всеукраїнський науково-виробничий журнал. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2011_3/55.pdf (дата звернення: 16.04.2018).
6. Управление персоналом: учебник для вузов / под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. Москва : ЮНИТИ, 2002. 560 с.
7. Управленческое консультирование / под ред. М. Кубра. Москва : СП «Интерэксперт», 1992. 319 с.
8. Харчишина О. В. Дослідження сутності категорії «організаційна культура». *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2011. № 2 (56). С. 148–151.
9. Харчишина О. В. Структура організаційної культури підприємства. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2010. № 2 (52). С. 295–298.
10. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 336 с.
11. Шубін О. О., Гладкий М. О. Організаційна культура як соціально-економічний феномен у контексті сучасної парадигми управління. *Проблеми економіки*. 2013. № 3. С. 239–246.
12. Hofstede G. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. London : McGraw-Hill, 1991. 89 p.
13. Schwartz H., Davis S. Matching Corporate Culture and Business Strategy. *Organizational Dynamics*. 1981. Summer. P. 30–48.

Стаття надійшла до редакції 18.10.2018.

Кравченко Н. Ю. Структурно-содержательные особенности организационной культуры в государственном секторе украинского общества: социологический анализ

В статье рассматривается организационная культура как социальное явление и как составляющая социального управления, базовой интегральной характеристикой которой является упорядоченная система ценностей, представлений, убеждений и нормативных образцов поведения, обеспечивающая оптимальную внутреннюю интеграцию и внешнюю адаптацию организации или социального института. Выделены

структурные компоненты организационной культуры государственного сектора общества: 1) социетальные составляющие (идентичность, архетипы руководителя); 2) ценностно-нормативные составляющие (ценности, организационные ценности и нормы); 3) организационно-управленческие составляющие организационной культуры (стиль руководства в организации, структура коммуникации, социально-психологический климат). На основе результатов социологического опроса выявлены содержательные особенности организационной культуры в государственном секторе украинского общества.

Ключевые слова: транзитивное общество, государственный сектор, организационная культура, социетальные составляющие организационной культуры, ценностно-нормативные составляющие организационной культуры, организационно-управленческие составляющие организационной культуры.

Kravchenko N. Structural and Content Features of Organizational Culture in the Public Sector of Ukrainian Society: Sociological Analysis

In the article, organizational culture is considered as a social phenomenon and acts as a component of social management; the basic integral characteristic of which is an ordered system of values, representations, beliefs and normative patterns of behavior that provides optimal internal integration and external adaptation of an organization or social institution. The structural components of the organizational culture of the public sector of society are identified: 1) societal components (identity, archetypes of the leader); 2) value-normative components (values, organizational values and norms); 3) organizational and managerial components of organizational culture (style of management in the organization, structure of communication, socio-psychological climate). On the basis of the results of the sociological survey, the meaningful features of organizational culture in the public sector of Ukrainian society were revealed.

For the analysis of the value structure in the group consciousness of the employees of various social sectors, a method for studying the value representations of D. Leontiev, created on the basis of the methodology of M. Rokicha, was applied. Respondents were asked to select 7 most significant terminal and instrumental values according to the following parameters: "Personally for you", "In your organization (team)", "For the Ukrainian society as a whole".

Normative dimension of organizational culture in organizations of the public sector is represented by the following hierarchy of norms: moral and ethical norms, emotional and volitional qualities, professional standards, communicative norms, general norms.

In the state sector of society, organizational culture according to G. Hofstede corresponds to the collectivist type of organizational culture, and in the style of management prevails mixed (situational) and democratic, indicating an increase in the tendencies of democratic transit in social governance. The structural and content features of organizational culture are revealed: 1) in the dimension of societal components – the domination of social identity for age and professional characteristics, the dominance of paternalism in the archetype of the leader; 2) in the value-normative dimension – a weakly integrated value system, an orientation towards professionalism and quality, the moral and psychological basis of social norms; 3) in the measurement of organizational-managerial relations – situational and democratic leadership style, the average level of openness of information flows, positive socio-psychological climate.

Key words: *transitive society, state sector, organizational culture, societal components of organizational culture, value-normative components of organizational culture, organizational and managerial components of organizational culture.*