

Шубін О. О., Гладкий М. О.

## ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФЕНОМЕН У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ПАРАДИГМИ УПРАВЛІННЯ

У статті досліджено когнітивне наповнення категорії «організаційна культура» та виокремлено три групи поглядів до аспектного розкриття категорії, що досліджується: аспекти організаційної культури, які формуються керуючою системою; аспекти організаційної культури, притаманні керованій системі; універсальні аспекти, якими володітимуть як керуюча, так і керована системи. Сформоване авторське визначення організаційної культури як складного елемента внутрішнього середовища організації, що має певні феноменологічні властивості (синергетизм, динамічність, унікальність, адаптивність, ментальність, ієрархічність, агрегування, комунікативність, соціальність); інтегрує духовні, матеріальні, статичні і процесуальні елементи з метою формування єдиної філософії управління для забезпечення зовнішньої адаптації та ефективного функціонування підприємства. Встановлено роль і місце організаційної культури як соціально-економічного феномену в контексті сучасної парадигми управління через виокремлення передумов формування і розвитку неокласичної концепції організаційної культури; ознак сучасної парадигми менеджменту; феноменологічних властивостей культури; факторів впливу на організаційну культуру та тенденцій розвитку феномену національної організаційної культури.

*Ключові слова:* організація, культура, організаційна культура, феномен, управління

*Рис.:* 1. *Табл.:* 1. *Бібл.:* 12.

**Шубін Олександр Олександрович** – доктор економічних наук, професор, ректор, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського (вул. Щорса, 31, Донецьк, 83050, Україна)

*Email:* rector@donduet.edu.ua

**Гладкий Микита Олександрович** – аспірант, кафедра прикладної економіки, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського (вул. Щорса, 31, Донецьк, 83050, Україна)

*Email:* tanije@yandex.ru

УДК 331.1035

Шубин А. А., Гладкий Н. А.

## ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ПАРАДИГМЫ УПРАВЛЕНИЯ

В статье исследовано когнитивное наполнение категории «организационная культура» и выделены три группы подходов к аспектному раскрытию исследуемой категории: аспекты организационной культуры, формируемые управляющей системой; аспекты организационной культуры, присущие управляемой системе; универсальные аспекты, которыми владеют как управляющая, так и управляемая системы. Дано авторское определение организационной культуры как сложного элемента внутренней среды организации, имеющего определенные феноменологические свойства (синергетизм, динамичность, уникальность, адаптивность, ментальность, иерархичность, агрегирование, коммуникативность, социальность); интегрирующего духовные, материальные, статические и процессуальные элементы с целью формирования единой философии управления для обеспечения внешней адаптации и эффективного функционирования предприятия. Установлена роль и место организационной культуры как социально-экономического феномена в контексте современной парадигмы управления через выделение предпосылок формирования и развития неоклассической концепции организационной культуры; признаков современной парадигмы менеджмента; феноменологических свойств культуры; факторов влияния на организационную культуру и тенденций развития феномена национальной организационной культуры.

*Ключевые слова:* организация, культура, организационная культура, феномен, управление

*Рис.:* 1. *Табл.:* 1. *Библ.:* 12.

**Шубин Александр Александрович** – доктор экономических наук, профессор, ректор, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского (ул. Щорса, 31, Донецк, 83050, Украина)

*Email:* rector@donduet.edu.ua

**Гладкий Никита Александрович** – аспирант, кафедра прикладной экономики, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского (ул. Щорса, 31, Донецк, 83050, Украина)

*Email:* tanije@yandex.ru

UDC 331.103

Shubin O. O., Gladkyu M. O.

## ORGANISATIONAL CULTURE AS A SOCIO-ECONOMIC PHENOMENON IN THE CONTEXT OF THE MODERN MANAGEMENT PARADIGM

The article studies cognitive component of the "organisational culture" category and marks our three groups of approaches to the aspect description of the studied category: aspects of the organisational culture formed by the control system; aspects of the organisational culture inherent in the controlled system; and universal aspects inherent in both control and controlled systems. The article provides the authors' definition of the organisational culture as a complex element of the internal environment of the organisation that has certain phenomenological properties (synergy, dynamics, uniqueness, adaptability, mentality, hierarchy, aggregation, communicativeness and sociality); integrating spiritual, material, static and procedural elements with the aim of formation of a single management philosophy for ensuring external adaptation and efficient functioning of an enterprise. The article establishes the role and place of the organisational culture as a socio-economic phenomenon in the context of the modern management paradigm through specification of prerequisites of formation and development of the neo-classical concept of the organisational culture; features of

the modern management paradigm; phenomenological properties of the culture; factors of influence upon the organisational culture and tendencies of development of the phenomenon of the national organisational culture.

*Key words:* organisation, culture, organisational culture, phenomenon, management

*Pic.: 1. Tabl.: 1. Bibl.: 12.*

**Shubin Oleksandr O.** – Doctor of Science (Economics), Professor, Rector, Donetsk National University of Economy and Trade named after M. Tugan-Baranovsky (vul. Shchorsa, 31, Donetsk, 83050, Ukraine)

*Email:* rector@donduet.edu.ua

**Gladkyy Mykyta O.** – Postgraduate Student, Department of Applied Economics, Donetsk National University of Economy and Trade named after M. Tugan-Baranovsky (vul. Shchorsa, 31, Donetsk, 83050, Ukraine)

*Email:* tanije@yandex.ru

**Постановка проблеми** у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Соціально-економічний феномен організаційної культури (ОК) у контексті сучасної парадигми управління останнім часом все більше привертає увагу науковців і практиків, оскільки дає можливість за рахунок внутрішнього потенціалу підприємства підвищити його економічну й інтелектуальну привабливість, забезпечити ефективну гармонізацію й мотивацію роботи персоналу у досягненні встановлених цілей та адаптацію підприємства до умов мінливого зовнішнього середовища.

Наукові дослідження у цій галузі переконливо свідчать про необхідність радикальної зміни вітчизняного підходу до сприйняття ОК. Наприклад, закордонні вчені Р. Паскаль і М. Мілманн наголошують, що за останні 20 років найбільш процвітаючі фірми США не мали жодної базової традиційної переваги для досягнення успіху в бізнесі. Їхній успіх досягався цінностями компанії, фірмовими правилами, турботою про загальне розуміння цілей, тобто ефективно сформованою ОК [1]. На проведення досліджень з проблем ОК та розробки навчальних програм благодійні фонди та бізнесмени виділяють значні суми коштів: наприклад, Гарвардський університет отримав від американського бізнесмена Д. Шеда 20 млн дол. для розробки і запровадження у навчальний процес курсів з ОК та етики бізнесу [2, с.13].

Таким чином, у контексті сучасної соціально орієнтованої парадигми управління ОК набуває особливої актуальності на відповідь потребам адекватного еволюційного розвитку.

**Аналіз останніх досліджень чи публікацій**, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. «Феномен» ОК отримав широке розповсюдження у науковій літературі на початку 1970-х років, а його формування як окремої категорії було започатковано такими класиками теорії менеджменту як Ч. Бернард, М. Далтон, Е. Жак, Е. Мейо, Г. Саймон, М. Фоллетт.

Значна увага дослідженню теоретичних і практичних аспектів ОК щодо сутності, оцінки культури, її залежності від певних факторів та вплив на систему управління приділяється в роботах зарубіжних вчених (М. Амстронг, П. Вейл, Д. Денісон, К. Камерон, А. Кеннеді, М. Коул, Р. Куїнн, Г. Лейн, Р. Льюїс, Д. Мацумото, У. Оучі, Д. Олджем, Ч. Хенді, Г. Хофстед, Е. Шейн, К. Шольц).

Суттєві напрацювання в області ОК щодо розкриття сутності та складових, типологізації ОК, організації й мотивації праці персоналу, методиці впровадження та управління ОК мають російські науковці (О. С. Виханський, Е. А. Капітонов, А. І. Кравченко, Ю. Красовський, С. П. Кукура, Т. А. Лапіна, Н. В. Левкін, А. Р. Лейбкінд, А. Радугін, Т. О. Соломандіна, В. Співак, В. Терентьєва, О. Г. Тихомирова, Г. Тульчинський).

В Україні дослідження цього явища розпочалися нещодавно – із 90-х рр. ХХ ст. із набуттям країною ознак ринковості, однак всі вони потребують комплексності і масштабності (С. Архієреєв, Л. В. Балабанова, О. Бутнік-Сіверський, А. Воронкова, В. Головецький, М. Дороніна, А. Доронін, О. Драган, Г. Жаворонкова, Г. Захарчин, В. Ковальова, В. Кукуба, О. Медведєва, Г. Тарасенко, Ю. Яковець). Окремо слід відзначити вітчизняні монографії, присвячені: корпоративному управлінню (Л. В. Балабанова, 2010 р.), діагностуванню якості ОК як складової системи управління (І. В. Сіменко, 2009 р.), формуванню ОК підприємств харчової промисловості (О. В. Харчишина, 2011 р.), машинобудівних підприємств (Г. М. Захарчин, 2009 р.).

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми**, котрим присвячується зазначена стаття. Віддаючи належне внеску зазначених авторів, слід зауважити, що через відмінності в цілях та завданнях науковців, міждисциплінарних підходах до розуміння сутності ОК, специфіці діяльності підприємств потребують подальших цілеспрямованих досліджень теоретичні, організаційно-методичні та практичні аспекти формування культури в системі управління торговельним підприємством.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є дослідження організаційної культури як соціально-економічного феномену у контексті сучасної парадигми управління, що зумовлює постановку і вирішення таких завдань:

- дослідити когнітивне наповнення категорії «організаційна культура»;
- проаналізувати підходи до трактування ОК з метою формування авторського визначення;
- виокремити властивості ОК, що надають їй феноменологічного характеру;
- встановити роль і місце ОК як соціально-економічного феномену в контексті сучасної парадигми управління.

**Виклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Кореневим або базисним поняттям категорії «організаційна культура» є терміни «культура» та «організація», що потребує їх когнітивного дослідження.

Термін «культура» у повсякденному розумінні має широкий полісемантичний спектр і тривалу лінгвістичну історію (походить від латинського «culture», яке, в свою чергу, від «colere» і початково означав у Стародавньому Римі обробіток землі, догляд, розвиток, працю землероба). У сучасному, найбільш поширеному тлумаченні почав вживатися у XVII ст. в якості показника освіченості, вихованості, дотримання певних норм поведінки.

Перші спроби синтезу відомих на той час підходів до визначення культури відносяться до 1952 року і пов'язані із прізвищами американських антропологів А. Кробера і К. Клакхона. Результатом їхньої праці було виявлення з 1871 до 1919 рр. семи визначень культури, а з 1920–1950 рр. – ста п'ятдесяти семи [3, С.181], кожне з яких відображало певну сторону цього феномену та класифікація підходів до визначення терміну, а саме:

- описові визначення, у яких акцентується увага на перерахування того, що охоплює термін «культура»;
- історичні визначення, в яких наголос робиться на процесах соціальної спадщини, традиції; нормативні визначення, що складаються із двох груп:
  - 1) визначення, що орієнтують на ідею образу життя;
  - 2) визначення, що орієнтують на уяву про ідеал та цінності;
- психологічні визначення, в яких упор робиться на процес адаптації до середовища/ на процес навчання/ формування звичок;
- структурні визначення, в яких увага акцентується на структурній організації культури;
- генетичні визначення, в яких культура визначається із позицій її виникнення, включають чотири групи:
  - 1) культура розглядається як продукт або артефакт;
  - 2) культура співвідноситься із ідеєю;
  - 3) культура співставляється із певними символами;
  - 4) культура визначається як щось таке, що не визнається культурою [3].

На сучасному етапі вже налічується більше 500 визначень культури [4, с. 370], що пов'язано із розвитком наукової думки та різноманітністю методологічних підходів до розуміння і визначення терміну.

Отже, різноманітність підходів до визначення культури пов'язане з тим, яку сторону феномену культури в першу чергу досліджує автор. Об'єднуючою складовою всіх існуючих трактувань є формування наступних тверджень (постулатів), що не потребують подальшої доказовості: культура не успадковується біологічно, а передбачає навчання; культура відрізняє світ людини від світу тварин, культура є характеристикою людського суспільства; культура напряму пов'язана із ідеями, які існують і передаються у символічній формі; культура визначає процес комунікації

і поширення інформації в часі та просторі; культура створюється суспільством або групою людей; культура має духовну та матеріальну складові [2; 5; 6].

Не менш важливою складовою категорії «організаційна культура» є термін «організація» (від франц. organisation і лат. organizo – надавати стрункий вигляд) [7, с. 53] у найбільш загальному розумінні означає як певну соціальну одиницю (колектив, форму об'єднання індивідів), так і упорядкування, координацію дій окремих елементів системи для досягнення взаємного більш якісного функціонування окремих її частин. Термін «організація» значно ширший терміну «система», оскільки передбачає наявність не лише елементів у їх статичному (структура системи, елементи системи та взаємодія між ними) та динамічному (технологічні процеси) прояві, але й керуючий вплив суб'єктної компоненти для «досягнення та збереження певної впорядкованості елементів системи в цілому, більш якісного функціонування окремих її частин» [8].

Багатоаспектність підходів до трактування термінів «культура» й «організація» вплинули на існування безлічі категорій ОК, їх суттєві розбіжності й відсутність уніфікованого підходу до визначення і розуміння. Основними причинами цього науковці бачать наступне:

- ОК є предметом мультидисциплінарних досліджень на перетині кількох наук (психологія, соціологія, економіка, менеджмент, етика, естетика, антропологія, культурологія),
- ОК є штучною конструкцією – її неможливо виміряти, побачити, почути у традиційному розумінні цих слів; її оцінка можлива лише непрямыми методами;
- ОК застосовується для значної кількості організацій, кожна з яких індивідуальна та неповторна [5, с. 41; 2, с. 38].

Науковці виокремлюють більше п'ятнадцяти аспектів визначень ОК (табл. 1). Найбільш ґрунтовними, на наш погляд, є групи, запропоновані О. В. Харчишиною [2, с. 48–50], Т. М. Персиковою [9, с. 69–71], О. С. Саєнко [10], оскільки враховують класифікацію підходів до розуміння власне терміну «культура» та ґрунтуються на існуючих підходах до дослідження феномену ОК.

Спираючись на результати опрацювання наукової літератури і застосовуючи основні концепти системного підходу, вважаємо можливим представити існуючі погляди до розкриття аспектів категорії «організаційна культура» трьома групами:

- 1) аспекти ОК, що формуються керуючою системою (управлінський персонал): наприклад, нормативний, економічний;
- 2) аспекти, притаманні керованій системі – ОК та її носіям як об'єкту дослідження: наприклад, психологічні, дидактичні, антропологічні;
- 3) універсальні аспекти, якими володітимуть як керуюча, так і керована системи: наприклад, структурний, етно-культурний.

Беззаперечним є твердження, що загальне визначення ОК повинне ґрунтуватися на універсальності.

Таблиця 1

## Систематизація існуючих підходів до контент-аналізу найбільш розповсюджених визначень категорії «організаційна культура»

Аспект визначення організаційної культури	Сутність аспекту	Літературні джерела				
		[1, с. 10]	[2, с. 48–50]	[12, с. 10]	[9, с. 69–71]	[10]
1	2	3	4	5	6	7
ОК як сукупність/ перерахування елементів	ОК проявляється в тому, що є для неї цінним, які є стиль її лідерства, мова і символи, процедури і повсякденні норми, а також в тому, як визначається успіх	*		*		
ОК як спосіб адаптації до зовнішнього середовища, спосіб існування організації	ОК як система колективних базових уявлень, які набуваються групою при вирішенні проблем адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, що довели свою ефективність і тому розглядаються як цінність і передаються новим членам групи в якості правильної системи сприйняття, мислення і відчуття відносно названих проблем	*				
ОК як характеристика діяльності організації та її членів	ОК як філософія існування організації та її ставлення до співробітників і клієнтів			*		
ОК як цілісна категорія	ОК як атмосфера або соціальний клімат в організації; образ мислення і спосіб дії, які повинні бути засвоєні і хоч би частково прийняті новачками, щоб нові члени колективу стали «своїми»			*		
Соціологічний	ОК як фактор організації суспільного життя, як певну сукупність ідей, принципів, соціальних інститутів, які забезпечують колективну діяльність людей				*	
Історичний	Культура є продукт історії суспільства і розвивається шляхом передачі набутого людиною досвіду від покоління до покоління				*	
Нормативний	Зміст культури складають норми та правила, які регламентують життя людей				*	
Психологічний	Пов'язують ОК із психологією поведінки і вбачають у ній соціально обумовлені особливості людської психіки. ОК – як фактор впливу на підсвідомість і свідомість співробітників, сукупність психологічних параметрів, що характеризують групову діяльність людей в межах одного колективу відповідно до мети організації				*	*
Дидактичний	ОК розглядають як суму знань, вмінь і досвіду, що є набутими протягом життя, а не вродженими				*	
Структурний	Зосереджують увагу на складових ОК та їх взаємозв'язку із організаційною ефективністю		*			
Антропологічний	ОК як сукупність результатів діяльності людини, що дає можливість вивчати спосіб життя окремого індивіда чи групи у певний період часу				*	
Атрибутивний	ОК як набута в процесі історичного розвитку та міжособистісної взаємодії характеристика організації і наголошують на наявності у її складі імпліцитної та експліцитної складових		*			
Сутнісний	Описують ОК як суть організації і роблять акцент на її ціннісно-нормативному змісті.		*			
Управлінський	ОК як інноваційний і антикризовий внутрішній фактор стратегічного управління організацією, узагальнена характеристика рівня її розвитку: структури, цілей, формальних і неформальних комунікацій, способів прийняття рішень, делегування повноважень					*

1	2	3	4	5	6	7
Економічний	ОК як фактор підвищення продуктивності праці, конкурентоспроможності, впровадження нових технологій, адаптації до ринкових умов, організації виробництва					*
Етно-культурний	ОК – як фактор взаємозв'язку культурно-національних особливостей і ефективності діяльності організації					*

Джерело: складено і доповнено автором на основі [2; 10–12].

Авторське бачення досліджуваної категорії з точки зору теорії менеджменту наступне: організаційна культура – це складний елемент внутрішнього середовища організації, що має певні феноменологічні властивості; інтегрує духовні, матеріальні, статичні і процесуальні елементи з метою формування єдиної філософії управління для забезпечення зовнішньої адаптації і ефективного функціонування підприємства.

Підсумовуючи вищевикладене, на рис. 1 представлено роль і місце ОК як соціально-економічного феномену в контексті сучасної парадигми управління.

Сучасному сприйняттю ОК як незвичайному, виключному факту – «феномену» (від грецьк. *φαινόμενον* – «той, що є», «явище») передували формування й розвиток неокласичної (сучасної) концепції ОК, систематизовані О. В. Харчишиною у дві групи:

▪ науково-теоретичні:

- 1) криза наукових парадигм менеджменту та одночасне виникнення попиту на нові, ціннісно-орієнтовані принципи організації управлінської діяльності, необхідність пошуку альтернативних шляхів до оцінки критеріїв ефективності підприємств;
- 2) потенційна спроможність наукової управлінської думки сформувати нову концепцію, яка базуватиметься на ціннісних, морально-етичних нормах суспільства;
- 3) концепція ОК відповідає вимогам часу щодо поширення практики міждисциплінарних досліджень;
- 4) широке практичне використання системного підходу у дослідженні явищ і процесів вимагає трансформації усіх форм життєдіяльності, до яких також відносяться свідомість і культура;
- 5) зміна у ментальному розумінні людством світу і явищ, які в ньому відбуваються;

▪ прикладні:

- 1) загострення конкуренції, яке змушує підприємства вести пошук внутрішніх ресурсів підвищення ефективності;
- 2) розширення практики використання «м'яких» методів управління, які ґрунтуються на загальнолюдських цінностях;
- 3) посилення уваги менеджменту до вивчення організаційної поведінки, осмислити яку без фактору ОК неможливо;

4) наявність тенденції до розвитку демократії та співробітництва в процесі організаційних перетворень в усьому світі;

5) концепція ОК дає можливість створити нові суспільні інститути (формальні і неформальні правила), а також механізми управління ними, що полегшить протікання трансформаційних процесів і покращить використання людського потенціалу;

6) існування тісного зв'язку між ОК та ефективністю діяльності підприємства [2, с.12].

Зазначені передумови сформували концепти сучасної парадигми менеджменту: широке використання системного, ситуаційного та ціннісного підходів; орієнтація на стратегічне управління і маркетинг; реінженірінг бізнес-процесів; виявлення й розвиток особистісних компетенцій персоналу; прагнення підвищити економічну й інтелектуальну привабливість підприємства без залучання додаткових ресурсів за рахунок внутрішнього потенціалу; соціальна орієнтація бізнесу; адаптивність підприємства до умов мінливого зовнішнього і внутрішнього середовища; внутрішня інтеграція, гармонізація й мотивація персоналу.

Феноменальність ОК підтверджується наявністю певних властивостей і впливає на формування предмету дослідження:

- синергетизм проявляється через зростання ефективності ОК через поєднання, інтеграцію окремих елементів в єдину систему за рахунок системного ефекту (емерджентності), що сприятиме в кінцевому результаті підвищенню конкурентоспроможності підприємства;
- динамічність характеризує здатність ОК змінюватися під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів на різних еволюційних етапах розвитку організації (зародження, становлення, розвиток, спад);
- унікальність означає неповторність ОК та неможливість повного її відтворення в умовах іншого підприємства;
- адаптивність як здатність ОК своєчасно реагувати на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища, зберігаючи при цьому відносну цілісність;
- ментальність проявляється в способі специфічного світосприйняття, характерного для групи людей та обумовлює особливості їх реагування на явища оточуючої дійсності;



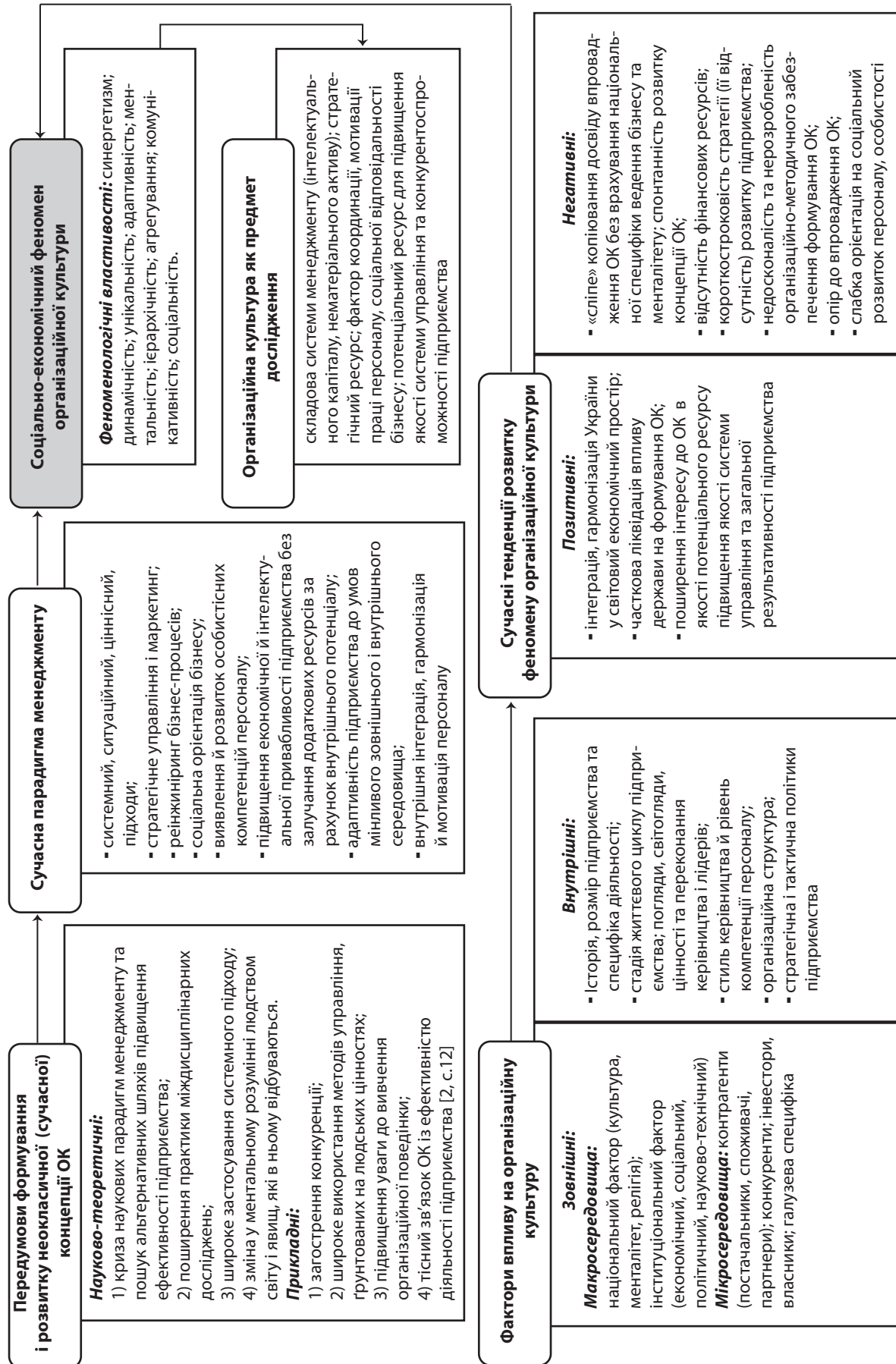


Рис. 1. Роль і місце організаційної культури як соціально-економічного феномену в контексті сучасної парадигми управління; авторська розробка

- ієрархічність (багат шаровість) характеризує наявність певної кількості культур, які накладають відбиток одна на одну;
- агрегованість як здатність ОК узагальнювати та впорядковувати інтереси, ідеї, значення, цінності, переконання працівників компанії, що може виступати своєрідним «фільтром» до прийняття осіб на роботу (або в колектив) та вагомим мотиваційним механізмом;
- комунікативність передбачає наявність різних форм взаємодії між суб'єктами та об'єктами ОК, що сприятиме успішному прийому, розумінню, засвоєнню, використанню й передачі інформації;
- соціальність, оскільки на процес формування ОК впливає людина.

ОК є складним та багатоплановим явищем, на формування якого впливає безліч зовнішніх і внутрішніх факторів. У складі зовнішніх факторів вважаємо доцільним виокремити:

- 1) Фактори макросередовища: національний фактор (культура, менталітет, релігія); інституціональний фактор (економічний, соціальний, політичний, науково-технічний);
- 2) Фактори мікросередовища: контрагенти (постачальники, споживачі, партнери); конкуренти; інвестори, власники; галузева специфіка.

До внутрішніх факторів, що мають ключовий вплив на ОК, відносимо: історію становлення, розмір підприємства та специфіку діяльності; стадію життєвого циклу; погляди, світогляди, цінності та переконання керівництва і лідерів; стиль керівництва й рівень компетенції персоналу; організаційну структуру; стратегічну й тактичну політику підприємства.

Під впливом факторів сформувалися певні тенденції розвитку національної культури, які мають як позитивний, так і негативний вплив на феномен ОК.

**Висновки** з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, дослідження ОК як соціально-економічного феномену у контексті сучасної парадигми управління дозволило сформулювати певні висновки і отримати наступні результати:

- на підставі систематизації існуючих підходів до контент-аналізу найбільш розповсюджених визначень ОК і керуючись основними концептами системного підходу, виокремлено три групи поглядів до аспектного розкриття досліджуваної категорії: аспекти ОК, що формуються керуючою системою; аспекти ОК, притаманні керованій системі; універсальні аспекти;
- сформоване авторське визначення ОК як складного елементу внутрішнього середовища організації, що має певні феноменологічні властивості (синергетизм, динамічність, унікальність, адаптивність, ментальність, ієрархічність, агрегування, комунікативність, соціальність); інтегрує духовні, матеріальні, статичні і процесуальні елементи з метою формування єдиної філософії управління для забезпечення зовнішньої адаптації і ефективного функціонування підприємства;
- встановлено роль і місце ОК як соціально-економічного феномену в контексті сучасної парадигми управління через виокремлення: передумов формування і розвитку неокласичної концепції ОК; ознак сучасної парадигми менеджменту; феноменологічних властивостей ОК; факторів впливу на ОК та тенденцій розвитку феномену національної ОК. Це виступає підґрунтям до подальшого дослідження щодо систематизації принципів і функцій ОК, її елементів та якісних характеристик.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Николаев А. Инновационное развитие и инновационная культура/ А. Николаев // Наука и наукознание. – 2001. – №2. – С. 15–18.
2. Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості: монографія/ О. В. Харчишина. – Житомир: Вид-во Житомирського державного університету ім. І Франка, 2011. – 289 с.
3. Kroeber A., Kluckhohn C. Culture: A critical review of concepts and definitions // Papers Peabody Museum. Vol. 47. 1952.
4. Причепій Є. М. Філософія: підручник/ Є. М. Причепій, А. М. Черній, Л. А. Чекаль. – К.: Академвидав, 2007. – 592 с.
5. Левкин Н. В. Организационная культура: взгляд с позиций системного подхода: монография/ Н. В. Левкин; под ред. д-ра

## REFERENCES

- Kharchyshyna, O. V. Formuvannya orhanizatsiinoi kultury v systemi menedzhmentu pidpriemstv kharchovoi promyslovosti [Formation of organizational culture in the management system of the food industry]. Zhytomyr: ZhDU, 2011.
- Kroeber, A., and Kluckhohn, C. "Culture: A critical review of concepts and definitions" Papers Peabody Museum vol. 47 (1952).
- Karyi, O. "Rozvytok kultury iak vazhlyvyi element sotsialno-hospodarskoho rozvytku mista" [The development of culture as an important element of social and economic development]. Ekonomichnyi analiz, no. 9 (19) (2008): 45-50.
- Korinko, M. D. Kontrol ta analiz dialnosti sub'ektiv hospodariuvannya v umovakh ii dyversyfikatsii: teoriia, metodolohiia, dyversyfikatsiia [Control and analysis of business entities in terms of

- экон. наук, проф. В. Б. Акулова. – Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2007. – 268 с.
6. Карий О. Розвиток культури як важливий елемент соціально-господарського розвитку міста/ О. Карий// Економічний аналіз. – 2008. – Вип. 9 (19). – С.45–50.
  7. Корінько М. Д. Контроль та аналіз діяльності суб'єктів господарювання в умовах її диверсифікації: теорія, методологія, диверсифікація: монографія/ М. Д. Корінько. – К.: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2007. – 429 с.
  8. Калюга Є. В. Фінансово-господарський контроль у системі управління: монографія/ Є. В. Калюга. – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2002. – 360 с.
  9. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учеб. пособие / Т. Н. Персикова. – М.: Логос, 2007. – 224 с.
  10. Саєнко О. С. Корпоративна культура: визначення, сутність і необхідність/ О. С. Саєнко// Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2012. – № 14 (185). – Ч.1 – С.226–233.
  11. Лапина Т. А. Корпоративная культура: учебно-методическое пособие / Т. А. Лапина. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2005. – 96 с.
  12. Тихомирова О. Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка: учебник для вузов/ О. Г. Тихомирова. – Санкт-Петербург: Изд-во ГУ ИТМО, 2008. – 160 с.
- diversification: theory, methodology, diversification]. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo, 2007.
- Kaliuha, I.E. V. Finansovo-hospodarskyi kontrol u systemi upravlinnia [Financial and economic control in the control system]. Kyiv: Elha; Nika-Tsentr, 2002.
- Levkin, N. V. Organizatsionnaia kultura: vzgliad s pozitsiy sistemnogo podkhoda [Organizational culture: a view from the system approach]. Petrozavodsk: PetrGU, 2007.
- Lapina, T. A. Korporativnaia kultura [The corporate culture]. Omsk: OmGU, 2005.
- Nikolaev, A. "Innovatsionnoe razvitie i innovatsionnaia kultura" [Innovative development and innovation culture]. Nauka i naukoznavstvo, no. 2 (2001): 15-18.
- Persikova, T. N. Mezhekulturnaia kommunikatsiia i korporativnaia kultura [Intercultural communication and corporate culture]. Moscow: Logos, 2007.
- Prychepii, Ye. M., Chernii, A. M., and Chekal, L. A. Filosofiia [Philosophy]. Kyiv: Akademydav, 2007.
- Saienko, O. S. "Korporatyvna kultura: vyznachennia, sutnist i neobkhydnist" [Corporate culture: definition, nature and necessity]. Visnyk SNU im. V. Dalia vol. 1, no. 14 (185) (2012): 226-233.
- Tikhomirova, O. G. Organizatsionnaia kultura: formirovanie, razvitie i otsenka [Organizational culture: the formation, development, and evaluation]. SPb: GU ITMO, 2008.
-