

ينبع مفهوم الثقافة من علم الإنسان، لكنّه استُخدم نظرياً في إدارة الشركات منذ الثمانينيات، خاصةً لشرح أداء الشركات اليابانية. المفهوم مزدوج: موجود في كل مكان وفي جميع المستويات، لكنه يبقى فريداً لكل شركة. يتحدث شريمينتزبرغ (1998) عن أيديولوجية الشركة، وفستيد (1991، 2009) عن "البرمجة العقلية". تعتمد المدرسة الثقافية على مبدأ أن الاستراتيجية عملية تفاعل اجتماعي قائمة على مبادئ بسيطة نسبياً، مع اعتبار المنظمة ديناميكية مفتوحة. الثقافة هنا منظور مشترك بين أعضاء المنظمة، مع آليات اجتماعية تعزز الاستقرار بدلاً من التغيير. يُبرز موقع بيرتزو واترمان أهمية القيم للكفاءة والإنتاجية. وتُعرف نظرية الموارد، بفضل مؤلفين مثل غرانت، وبارين، وإديث بينروز، الثقافة كمورد رئيسي لجهاز تقييم القيمة الاستراتيجية. قد تُبرز المدرسة الثقافية دور الثقافة في استقرار الشركة، وحشدها. لكن معظم الدراسات تُشير إلى مقاومة كبيرة للتغيير. أما المدرسة البيئية، فتعترف بدور البيئة الرئيسي في استراتيجيات الشركات، مُعطية أهمية كبيرة للبيئة الخارجية كعامل حاسم في القرارات الاستراتيجية. تصبح الإدارة والشركة من خلال هذا المنظور، مُفاعلة مع التهديدات والفرص. تتكون هذه المدرسة من ثلاث تيارات نظرية: النظرية الموقفية (التي لا يوجد بها هيكل مثالي واحد يناسب الجميع)؛ وعلم بيئة السكان (حيث تسعى الشركات للبقاء في بيئة عادية ومتنافسة)؛ ونظرية المؤسسات (التي تُشير إلى ضغوط مؤسسية تدفع الشركات للتقليد والامتثال للمعايير، مما يؤدي إلى تشابه في الممارسات). في النهاية، هذه المدرسة البيئية غنية مفاهيمياً، وتُظهر تفاعلاً ديناميكياً.