

СОЦІОЛОГІЯ

УДК 316.354.2+316.723

DOI <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i30.9680>**Ю. А. Панасенко**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8162-838X>

студентка факультету соціології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

А. Ю. ТащенкоORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6038-7337>

кандидатка соціологічних наук,

асистентка кафедри соціальних структур та соціальних відносин

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**ВПЛИВ МІЖСОБИСТІСНИХ ВІДНОСИН ЯК СКЛАДНИКА КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ
НА ОРГАНІЗАЦІЙНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ**

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Кожна організація ставить перед собою цілі – як виробничі, так і іншого характеру – і спрямовує свою діяльність на їх досягнення. Міру досягнення цих цілей назвали організаційною ефективністю, й основною метою формування соціально-трудових відносин у межах певної організації є якраз забезпечення її ефективності, проте вона визначається не лише досягненням певних цілей, а і забезпеченням найкращих можливих результатів за витрати найменшої з можливої кількості ресурсів узагалі. Звісно, навіть із наведеним уточненням такий погляд вже вважається дещо застарілим, адже, якщо розглядати комерційну діяльність підприємств, то ринок відійшов від орієнтації лише на виробництво та збут продукції чи послуг, де попит формували саме виробники. У центрі знаходиться «Його Величність Споживач», який диктує свої потреби, і досягти ефективності можна, лише дотримуючись цих запитів.

Потреби споживачів постійно зростають та урізноманітнюються, і задовольнити їх, дотримуючись лише правила мінімізації витрат ресурсів, неможливо. Доречнішим орієнтиром є баланс між витратами та здобутками – щоб навіть найбільші ресурсні витрати були мінімальними порівняно з отримуваними від них доходами. І хоча йдеться саме про економічну вигоду, цей принцип зазвичай стосується усіх аспектів організаційної ефективності (як внутрішніх, так і зовнішніх). Інакше існування організацій було би просто нелогічним, адже, неефективні, вони приносять власникам лише збитки, проте організація як така є не лише джерелом доходу, а і невід'ємною частиною життя дорослої працездатної людини. Оскільки

саме злагоджена праця дає змогу досягати цілей виробничого характеру, необхідно спрямовувати зусилля на забезпечення сприятливого середовища для праці. Такою, що має бути найпершим інструментом злагодження, визнана корпоративна культура, яка би згуртовувала колектив спільними цінностями, визначала норми взаємодії, окреслювала напрямки розвитку співпраці тощо, що має полегшувати роботу та всіляко мотивувати працівників. Останніми роками це питання особливо активно обговорюється у публічному просторі – зокрема, це помітно на прикладах експертних спроб сформулювати «шкідливі поради» для розбудови корпоративної культури [6] або ж оцінити етичність, безпечність та експансійні перспективи унікальних корпоративних культур на кшталт культур Amazon і Netflix [1; 10]. Ці антипоради та кейси стали додатковими підтвердженнями того, що, крім суто економічних аспектів організаційної ефективності, як і раніше, потрібно не забувати і про соціальні та культурні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Своєрідним «гарним організаційним тоном» є те, коли у списку пріоритетних видів діяльності знаходиться розвиток корпоративної соціальної відповідальності. Узагальнюючи наукові напрацювання зарубіжних і вітчизняних дослідників щодо корпоративної соціальної відповідальності, Г. Пермінова зазначає, що здебільшого її трактують як добровільну діяльність компаній приватного і державного секторів, спрямовану на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів і якості роботи з персоналом,

мінімізації шкідливого впливу на навколишнє середовище тощо з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій, покращення результативності бізнесу та показників прибутковості у довгостроковій перспективі, створення довіри між бізнесом, суспільством і державою тощо [9, с. 83–84]. Існує багато варіантів заходів корпоративної соціальної відповідальності, які можна запроваджувати одночасно, щоб досягти максимальної ефективності у роботі з персоналом, однак члени організації можуть потребувати та сприймати не всі впроваджені заходи, бо останні можуть, по-перше, просто не вписуватися у шаблон прийнятих вертикальних і горизонтальних відносин у організації, по-друге, сприйматися або «недостатньо», або «занадто» особистісно забарвленими, пояснити що з позиції лише психології / соціальної психології буде недостатнім. Відповідно, деякі заходи не зможуть посприяти бажаному покращенню трудового й позатрудового життя працівників. Отже, вбачається актуальним соціологічний пошук взаємозв'язків міжособистісних відносин і досягнення ефективності з погляду розвитку та покращення якості життя працівників.

Організаційну ефективність можна розглядати з погляду цільового, системного та вибіркового підходів. *Цільовий* передбачає орієнтацію на досягнення певних заздалегідь поставлених цілей (зазвичай економічних). Цей підхід здебільшого орієнтований на зовнішню організаційну ефективність і на те, щоб чітко ставити перед собою конкретні досяжні цілі, знаходити раціональні способи їх досягнення або наближення до них і напевне знати, як оцінити та виміряти ефективність [13]. *Системний* підхід характеризується спрямованістю на внутрішню організаційну ефективність, забезпечення внутрішньої єдності та гнучкості для адаптації до мінливого середовища. Його прибічники виходять із міркувань, що сильна внутрішня структура організації з чітким розподілом ресурсів, визначенням ієрархічних залежностей, правилами взаємодії учасників і підтримкою їх відносин забезпечить ефективну діяльність за будь-яких умов і виконання будь-яких поставлених завдань [13]. *Вибірковий підхід* розбудовується на основі «стратегічних складників», що є надважливими для досягнення бажаного рівня ефективності діяльності організації. Він спирається на стратегію прийняття рішення Г. Саймона [12, с. 55–56]: обирати ті рішення, які будуть найбільш задовільними для вирішення усіх аспектів певної проблеми, тобто, хоч і не будуть ідеально підходити для кожного з них, але призведуть до досягнення бажаного результату без затрати величезної кількості ресурсів на пошук ідеального важкодоступного способу [13]. Кожна організація обирає свій аспект

організаційної ефективності, у напрямку якого спрямовує свої зусилля, і кожен із перелічених підходів все одно буде приносити користь в окремих, призначених для нього випадках. Для нас найбільш цікавим є погляд із позиції системного підходу, оскільки ми погоджуємося, що розвиток внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності є більш важливим способом досягнення організаційної ефективності. У цьому разі слід враховувати корпоративну культуру організації, і **мета нашої статті** – обґрунтувати причинний зв'язок міжособистісних відносин як складової частини корпоративної культури й організаційної ефективності заради більш точного розуміння необхідності окремих заходів корпоративної соціальної відповідальності.

Виклад дослідження з обґрунтуванням отриманих результатів. Відомо, що спочатку трудові відносини стають підґрунтям для утворення між індивідами взаємодії емоційного характеру, в організації виникає свій соціально-психічний клімат і стиль трудової діяльності, з'являється особлива культура праці, що зрештою зумовлює набуття трудовими відносинами соціального характеру та трансформацію їх уже в соціально-трудова з формуванням корпоративної культури організації. Соціологічна уява дозволяє розглядати корпоративну культуру, інтегруючи інші контексти її прояву в суспільстві загалом [3, с. 138, 142] й у сутності, культуру окремих організацій можна вважати аналогом національної культури на мезорівні. Основною відмінністю між ними є те, що національні культурні відмінності засвоюються дітьми у віці до 10 років від батьків, які, у свою чергу, засвоювали їх у тому ж віці, і ці цінності є достатньо стійкими та потребують зміни багатьох поколінь, щоби також бути зміненими. Організаційна ж культура вкорінена у практиках, засвоєних на роботі, і її цінності можуть змінюватися значно швидше [17, с. 389–390]. Про важливість культури для ефективної роботи організації писав, зокрема, М. Вебер. Його теорія раціональної бюрократії описувала чітко регламентовану організацію, яка, дотримуючись певних правил праці та взаємодії між членами колективу, досягала би максимальної ефективності виробництва. Можна сказати, що він описував організаційну культуру, яка характеризувалася досконалою системою раціонального поділу та граничною стандартизацією діяльності, всезагальною формалізацією та жорсткою визначеністю організації, які виключали можливість свавілля та самодіяльності у процесі праці. Саме присутність «людського фактору» Вебер вважав основною перешкодою у досягненні абсолютної ефективності організації такого типу [5, с. 11–14]. Крім бюрократичного типу, є також патримоніальний і харизматичний. У їх основі, на відміну

від знеособленої бюрократії, лежать особистісні відносини підпорядкування, бо патримоніальний тип ґрунтується на вірі у святість і спадкоємність традицій і легітимність заснованої на них влади правителів, а харизматичний – на вірі у виняткову святість, героїзм, високу місію і зразковий характер лідера [11, с. 187]. Відповідно, для цих типів організаційної культури особистісна забарвленість взаємодій постає необхідною та бажаною умовою їх ефективності.

З погляду теорії більш сучасного соціолога – П. Бурдьо, корпоративну культуру можна розглядати як одну зі складових частин соціального простору. Вона має комплексний характер, виступає єдністю певних принципів, цінностей, правил поведінки, діяльності, гри членів корпорації і як наслідок – складовою частиною стратегії досягнення успіху на ринку, проте, будучи полем *соціального* простору, корпоративна культура не просто має власну структуру, правила, специфічні закономірності та логіку функціонування [16, с. 66], а й власну динаміку у зв'язку організації як такої (з її «сенсом гри») та класового габітуса [20]. У свою чергу, класовий габітус передбачає побудову власного образу як такого, що тяжіє або до «особистого блага», або до «колективної солідарності» [4, с. 34].

З одного боку, існує думка, що тісні, дружні взаємини сприяють щільнішій згуртованості колективу, вищому рівню комфортності та, як наслідок, більш ефективній праці. З іншого – є альтернативне переконання: вони непродуктивні, бо можуть відволікати від основного заняття, заважати прийняттю об'єктивних рішень, розмивати рамки субординації на робочому місці тощо. Така суперечність поглядів щодо ролі міжособистісних відносин у забезпеченні ефективності підводить нас до своїх передумов – успішності протилежностей на практиці, а отже, і до питання типологізації корпоративних культур, яким займалися багато науковців. Наприклад, В. Аучі виокремлює ринкову, бюрократичну та кланову корпоративні культури [19, с. 83–88]. Ф. Тромпенаарс і Ч. Хемпден-Тьорнер говорять про корпоративні культури «сім'я», «Ейфелева вежа», «самокерована ракета» й «інкубатор» [14, с. 322–365], хоча їм належить і інакша цікава типологізація, яку ми згадаємо нижче. Завдяки Г. Хофстедде запропоновано виділяти полярні типи корпоративних культур через п'ять вимірів, доречних для розгляду культури національної: індивідуалізм/колективізм, дистанція влади, неприйняття невизначеності, мужність/жіночість, довгострокова орієнтація [7, с. 3–9; 15, с. 24]. Ч. Хенді розрізняє рольову, орієнтовану на владу, командну й індивідуалістичну (або «зіркову») корпоративні культури [2, с. 49–52], а М. Туленков та О. Ковтун – солідаристську, ринково-індивідуа-

лістичну, інноваційно-адаптивну та формалізовану [15, с. 26]. Різні типи корпоративних культур ґрунтуються на альтернативних особливостях розбудови середовища праці та на різному ставленні до результатів як праці, так і зазначеної розбудови. Наш інтерес – до соціального аспекту, тому ми взялися розглядати організаційну ефективність із погляду корпоративної соціальної відповідальності.

Корпоративну соціальну відповідальність прийнято розділяти на зовнішню та внутрішню. Зовнішня корпоративна соціальна відповідальність стосується відповідальності за місцеву громаду, ділових партнерів і постачальників, замовників, державні органи та неурядові організації, що представляють місцеві громади, а також за благодійність, волонтерство й охорону навколишнього середовища. Практика внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності пов'язана безпосередньо із фізичним і психічним середовищем роботи. Вона виражається у турботі про здоров'я та добробут працівників, їхнього навчання й участі у бізнесі, рівність можливостей, забезпечення балансу «робота/сім'я» [18, р. 67]. Отже, внутрішня корпоративна соціальна відповідальність торкається відносин власників і керівництва із працівниками та спрямована не лише на дотримання законодавчих норм працевлаштування, юридичних і правових аспектів управління персоналом тощо, а й на добровільний відгук організації на проблеми своїх працівників. Головні ідеї внутрішньої корпоративної відповідальності виходять із міркувань про те, що компанія повинна цінувати своїх працівників і піклуватися про них у всіх сферах їхнього життя, щоб вони повністю віддавалися роботі та почувалися частиною великої справи [8, с. 138–139]. Зокрема, до заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності відносять:

- 1) відсутність дискримінації під час найму на роботу;
- 2) відсутність дискримінації у кар'єрному просуванні;
- 3) забезпечення захисту життя та здоров'я працівників;
- 4) будівництво житла для працівників / допомогу з його пошуком для винаймання / кредитування на його купівлю;
- 5) забезпечення можливості підвищення кваліфікації, постійного навчання для працівників;
- 6) повагу до сімейних обов'язків працівників, гнучку систему зайнятості та відпусток;
- 7) обґрунтовані заходи задля трудової реалізації вразливих груп (таких як корінні представники місцевих спільнот, мігранти, люди з інвалідністю тощо);
- 8) організацію відпусток і відпочинку усім трудовим колективом;

9) навчання й інформування працівників щодо соціальної відповідальності [8, с. 140–141].

Окреслене дає підстави для дослідження і подальшого зіставлення: 1) окремих заходів внутрішньої корпоративної відповідальності, які впроваджуються організаціями; 2) рівня задоволеності працівників наявністю або запровадженням заходів корпоративної соціальної відповідальності у контексті міжособистісних відносин, що виникають у межах різних корпоративних культур; 3) рівня необхідності для працівників впровадження певних заходів у цьому самому контексті. Ми хотіли би звернутися до уже згаданих вище Ф. Тромпенаарса та Ч. Хемпденом-Тюрнера і запропонованих ними бінарних опозицій для розрізнення відносин у межах корпоративних культур, що здобувають інакші – більш соціологічні – назви та розглядаються на додачу до дуже метафоризованої типологізації за ключовою орієнтованістю («сім'ї» – на владу, «Ейфелевої вежі» – на роль, «самокерованої ракети» – на мету, «інкубатора» – на особистісний розвиток). Зупинимось лише на тих, які безпосередньо стосуються саме міжособистісної компоненти [14, с. 66], а саме таких як:

1. універсалізм/партикуляризм;
2. індивідуалізм/колективізм;
3. дескрипція (досягнення)/аскрипція (приписування).

За дотримання універсалістських поглядів члени організації вибудовують свої взаємодії відповідно до чітких загальноновизнаних стандартів. Навіть тоді, коли їх порушення не призвело би до якихось поганих наслідків, необхідність дотримання правил залишається беззаперечною. Відносини завжди узгоджуються за детальними, максимально вичерпними контрактами, яким працівники планують слідувати із точністю до найменших дрібниць. У своїх судженнях і поведінці щодо інших працівників вони також переконані, що до кожного потрібно ставитися і застосовувати певні дії згідно із правилами, однаковими для всіх. Представники ж партикуляристських поглядів схильні робити постійні винятки із правил, орієнтуватися лише на поточні події, «діяти за ситуацією». За підписання *контракту* для них дуже важливим є налагодження *контакту*, і вони витратять купу часу на обговорення, але вибудують добрі, теплі відносини або взагалі відмовляться від них і міркувань над умовами співпраці, бо контракти сприймаються лише як другорядні рамки відносин. Приймаючи якісь важливі робочі рішення, партикуляристи орієнтуються на своє особисте ставлення до інших працівників і схильні покладатися на людські якості інших [14, с. 71–72].

В індивідуалістично налаштованих корпоративною культурою відносинах працівники розра-

ховують насамперед на самих себе: вони звикли (або привчаються) *самостійно* досягати усіх цілей, *самостійно* виконувати завдання і нести відповідальність за виконання – нагороди або покарання отримують також одноосібно. Коли відбуваються перемовини з партнерами, надається перевага відправці одного представника від імені організації, вповноваженого приймати там усі рішення «безконтактно», тобто на власний розсуд. Це відображається і на дозвіллі: працівники зазвичай їздять відпочивати або наодинці, або парами. Колективістично «запрограмовані» відносини спрямовані на те, щоби працівники були схильними думати над усіма завданнями разом, ставити перед собою спільні проміжні цілі та спільно їх досягати, у разі помилки когось із команди відповідальність за наслідки нести всім разом. На перемовини з партнерами відправляють декількох працівників, які можуть довго радитися між собою, але приймають рішення від імені організації, тільки знайшовши компроміс, що задовольняє кожного без винятку. І на дозвіллі, відповідно, також віддається перевага тому, щоб їхати на відпочинок усім колективом: разом працювали – разом і сили відновлювати [14, с. 109–120].

Останньою обраною нами є пара «дескрипція (досягнення)/аскрипція (приписування)». У дескриптивній корпоративній культурі відносини ґрунтуються на досягнутому статусі працівника, тобто на думку про нього/неї впливають передусім його/її успіхи та досягнення у роботі. Не є характерним використання у зверненнях одне до одного звань чи титулів, адже зовсім не вони є підставою для високої позиції в організації. Менеджерами високої ланки можуть стати будь-які працівники, які заслужили це своєю працею та досвідом незалежно від віку та статі. Для відносин в аскриптивній корпоративній культурі характерна орієнтація на приписаний статус, що здебільшого формується на основі вікових, статевих, професійних, освітніх ознак та авторитетних зв'язків у суспільстві. Вітається щедre «підкреслювальне» використання титулів і звань, а досягти високої ланки зазвичай вдається лише тим, хто підходить під певні критерії за статтю, віком, освітою тощо (зазвичай – чоловікам середнього віку з необхідною кваліфікацією) [14, с. 209–210].

Таким чином, за описаними вище критеріями можна узагальнити найдоречніші індикатори для емпіричного вимірювання міжособистісних відносин як складової частини корпоративної культури (див. табл. 1).

Згідно із нашими попередніми припущеннями в українському суспільстві в основі корпоративної культури мають лежати здебільшого партикуляристські, індивідуалістські та дескриптивні типи міжособистісних відносин. Працівники, які належать до організації з дескриптивними

Таблиця 1

Міжособистісні відносини як складова частина корпоративної культури

Партикуляристські – універсалістські відносини	
(1) важливість відчуття контакту (2) підґрунття для формування ставлення до колег та/чи підлеглих	
1. У центрі – формальні домовленості. 2. До кожного, хто підпадає під одне і те саме правило, потрібно ставитися (і поводитися) однаково.	1. У центрі – власне міжособистісні відносини. 2. Краще ставитися (і поводитися) потрібно до тих, кого особисто добре знаєш і кому на основі цього можеш довіряти.
Індивідуалістські – колективістські відносини	
(1) орієнтація людського ресурсу у процесі праці (2) спосіб виконання завдань і несення відповідальності за помилки (3) спосіб представництва на переговорах (4) компанія для відпочинку	
1. Орієнтація на себе. 2. Кожен працює окремо й індивідуально відповідає за помилки. 3. Представником організації обирають одну особу, яка може приймати рішення автономно від інших і не рахуючись із думками решти працівників. 4. Відпочинок – самостійно або парами.	1. Орієнтація на інтереси та проміжні цілі, спільні для всіх. 2. Усі працюють у команді та разом відповідають за помилки. 3. Для представництва обирається група працівників, котра буде радитися між собою та з керівництвом для прийняття рішення. 4. Відпочинок – усім колективом.
Дескриптивні – аскриптивні відносини	
(1) підстави для наділення високим статусом (2) наявність соціальних нерівностей	
1. Статус визначається досягненнями та здібностями людини. 2. Відсутня дискримінація працівників за позапрофесійними ознаками, для підтримки у кар'єрному русі важливими є досвід і конкретні професійні вчинки.	1. Статус визначається на основі статі, віку, престижу освіти, суспільних зв'язків. 2. Присутня дискримінація за позапрофесійними ознаками, не всі мають однакові шанси отримати підтримку, щоб зайняти високі посади, суто за свою працю.

відносинами, більшою мірою мають потребувати запровадження заходів викорінення дискримінації під час найму й у кар'єрному зростанні, постійного навчання та підвищення кваліфікації; працівники, які належать до організації з колективістськими відносинами – запровадження заходів охорони здоров'я, забезпечення житлом, навчання та інформування про корпоративну соціальну відповідальність; працівники, котрі належать до організації з партикулярістськими відносинами – запровадження заходів забезпечення гнучким графіком і відпустками, а також трудової реалізації представникам вразливих груп. Водночас ми очікуємо, що організаціями здебільшого запроваджуються заходи по розвитку здібностей працівників і підвищення їх кваліфікації, медичного страхування, викорінення дискримінації під час найму й у кар'єрному зростанні, й меншою мірою – заходи забезпечення працівників житлом, гнучкою системою зайнятості та відпусток, заходів навчання та інформування у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Чи підтвердяться наші гіпотези та чи буде це призводити до незадоволення працівників впровадженням заходів підтримки та покращення життя співробітників в організації й думкам про низький рівень необхідності

деяких найпоширеніших заходів – наше питання на майбутнє.

Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків. Отже, завдяки аналізу літератури ми отримали уявлення про те, що тип міжособистісних відносин в організації, визначений особливостями корпоративної культури, цілком спроможний формувати та регулювати потреби працівників у специфічних заходах внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності. Це знання та його похідні можуть бути корисними для керівників організацій, оскільки існує загроза впровадження тих заходів, що не будуть позитивно сприйматися працівниками через входження у суперечність із особливостями корпоративної культури та міжособистісними відносинами в її межах. Розуміння потенційної наявності таких залежностей і наявність інструментів для їх вимірювання є важливим, тому що успішний розвиток внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності здатний підкріплювати і розвиток зовнішньої корпоративної відповідальності та, як наслідок, підвищувати організаційну ефективність із обох сторін. Особисто для себе дослідницькі перспективи у цьому науковому напрямі ми вбачаємо в тому, щоби емпірично перевірити наявність зв'язку,

по-перше, між типом міжособистісних відносин, які лежать в основі корпоративної культури організацій, і впроваджуваними в них заходами внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності, по-друге, між типом міжособистісних відносин, що лежать в основі корпоративної культури організацій, і суб'єктивними оцінками задовільності та необхідності впроваджуваних заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.

Література

1. Алимахомад-Уилсон Дж., Рис Э. Лучший день для сопротивления безжалостной эксплуатации работников Amazon / пер. О. Ворошиловой. *Спільне: журнал соціальної критики*. 27 жовтня 2020 р. URL: <https://commons.com.ua/uk/luchshij-den-dlya-soprotivleniya-bezzhalostnoj-ekspluatatsii-rabotnikov-amazon/> (останнє звернення 01.05.2021)
2. Асаул А.Н., Асаул М.А., Ерофеев П.Ю., Ерофеев М.П. Культура организации: проблемы формирования и управления. Санкт-Петербург : Гуманистика, 2006. 201 с.
3. Бондаренко О. Соціологічне визначення поняття «корпоративна культура». *Нова парадигма*. 2016. Вип. 130. С. 132–146.
4. Бурдьё П. Различение: социальная критика суждения / пер. О.И. Кирчик, научн ред. Н.А. Шматко, В.В. Радаев. *Экономическая социология*. 2005. Т. 6. № 3. С. 25–48.
5. Вебер М. Бюрократия. *Классики теории государственного управления: Американская школа. Хрестоматия* / сост. Д. Шафритц, А. Хайд. Москва : Зерцало, 2003. 800 с.
6. Жигач А. Культурный код. Вредные советы о корпоративной культуре. *Деловой Петербург*. 17 сентября 2019 г. URL: https://www.dp.ru/a/2019/09/16/Kulturnij_kod (останнє звернення 01.05.2021)
7. Колонтай М.М. Влияние национальных культур на становление и развитие менеджмента в разных странах (исследования Гирта Хофстеде). URL: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/ecowest/1999n2r06.pdf> (останнє звернення 01.05.2021)
8. Корпоративная социальная ответственность : учебник / Э. Коротков, О. Александрова, С. Антонов и др. ; под ред. Э. Короткова. Москва : Юрайт, 2013. 445 с.
9. Пермінова Г.В. Аналітично-концептуальні підходи до проблеми корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. *Політологія. Соціологія. Право*. 2013. № 4. С. 81–84.
10. Преображенский В. Почему Netflix увольняет адекватных сотрудников во имя свободы и креативности. *Медиаплатформа vc.ru*. 23 октября 2020 г. URL: <https://vc.ru/u/624588-valentin-preobrazhenskiy/169825-pochemu-netflix-uvolnyaet-adekvatnyh-sotrudnikov-vo-imya-svobody-i-kreativnosti> (останнє звернення 01.05.2021).
11. Резник В. Теории социального порядка: особенности структурирования и преподавания по объяснительной схеме Дж. Коулмена. *Социология: теория, методы, маркетинг*. 2015. № 4. С. 174–201.
12. Саймон Г.А. Теория принятия решений в экономической теории и в науке о поведении. *Вехи экономической мысли Т. 2. Теория фирмы* / под ред. В.М. Гальперина. Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2000. С. 54–72.
13. Стадник В.В., Йохна М.А. Менеджмент : навчальний посібник / Київ : Академвидав, 2003. 464 с. URL: https://lubbook.org/book_308_glava_100_14.1.Sutn%D1%96st_organ%D1%96za%D1%81%D1%96j.html (останнє звернення 01.05.2021)
14. Тромпенаарс Ф., Хэмпден-Тёрнер Ч. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса / пер. с англ. Е.П. Самсонов. Минск : ООО «Попурри», 2004. 528 с.
15. Туленков М.В., Ковтун О.С. Типологічні засади корпоративної культури господарської організації. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2014. Вип. 64. С. 21–27.
16. Шаталова Я.О. Корпоративна культура як поле соціального простору. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Філософія. Філософські перипетії*. 2017. Вип. 56. С. 62–67.
17. Hofstede, G. National Cultures, Organizational Cultures, and the Role of Management. *F. Gonzalez (Ed.): Values and Ethics for the 21st Century*. Madrid, 2011. P. 459–81.
18. Low, M.P. Corporate Social Responsibility and the Evolution of Internal Corporate Social Responsibility in 21st Century. *Asian Journal Of Social Sciences And Management Studies*. 2015. № 3 (1). P. 56–74.
19. Ouchi, W. Theory Z: How American Business can meet the Japanese / W. Ouchi Reading, MA: Addison-Wesley, 1981, xii + 283 pp. *Group & Organization Studies*. 1981. № 6 (3). P. 386–388. URL: <https://doi.org/10.1177/105960118100600316> (останнє звернення 01.05.2021)
20. Souza, E.C.L. de, & Fenili, R.R. (2016) The study of organizational culture through practices: a proposal in the light of Bourdieu's legacy. *Cadernos EBAPE. BR*. 2016. № 14 (4). P. 872–890. URL: <https://doi.org/10.1590/1679-395141183> (останнє звернення 01.05.2021)

Анотація

Панасенко Ю. А., Тащенко А. Ю. Вплив міжособистісних відносин як складника корпоративної культури на організаційну ефективність. – Стаття.

Стаття присвячена обґрунтуванню причинного зв'язку міжособистісних відносин як складника корпоративної культури й організаційної ефективності заради більш точного розуміння необхідності окремих заходів корпоративної соціальної відповідальності. Організаційну ефективність авторки інтерпретують у руслі системного підходу з погляду досягнення соціальних цілей і місій через заходи корпоративної соціальної відповідальності на прикладі її внутрішньої складової частини. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність спрямована не лише на дотримання законодавчих норм, а й на практикування добровільного відгуку організації на проблеми своїх працівників. Корпоративна культура вводиться у поле

дослідницької уваги на правах важливої детермінанти розвитку міцної внутрішньої структури організації. Роботи класиків соціології дають підстави підтвердити її зв'язок із організаційною ефективністю – зокрема, з погляду теорії бюрократії (М. Вебер) і теорії соціального простору (П. Бурдьо). Корпоративна культура передбачає певні особливості цінностей, правил поведінки та спілкування працівників організації, типологізацією чого займався чимало науковців – згадано підходи В. Аучі, Ф. Тромпенаарса та Ч. Хемпдена-Тьорнера, Г. Хофстеде, Ч. Хенді, М. Туленкова й О. Ковтуна. Авторки розглядають міжособистісні відносини на основі типів корпоративної культури, виокремлених Ф. Тромпенаарсом і Ч. Хемпденом-Тьорнером, таких як універсалістська – партикуляристська, індивідуалістська – колективістська, дескриптивна – аскриптивна. Як передумову емпіричної перевірки наявності або відсутності зв'язку міжособистісних відносин і внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності запропоновано узагальнення найдоречніших індикаторів міжособистісних відносин як складової частини корпоративної культури та гіпотези щодо потреб працівників у цьому контексті.

Ключові слова: міжособистісні відносини, корпоративна культура, організаційна ефективність, внутрішня корпоративна соціальна відповідальність.

Summary

Panasenko Yu. A., Tashchenko A. Yu. The influence of interpersonal relations as a component of corporate culture on organizational efficiency. – Article.

The article is devoted to the substantiation of the causal connection of interpersonal relations as a component of corporate culture and organizational efficiency. It is done to better understand the need for

certain measures of corporate social responsibility. The authors interpret the organizational efficiency in line with the system approach in terms of achieving social goals and missions through measures of corporate social responsibility on the example of its internal component. Internal corporate social responsibility is aimed not only at compliance with legal norms, but also at practicing the voluntary response of the organization to the problems of its employees. Corporate culture is introduced into the field of research attention as an important determinant of the development of a strong internal organizational structure. The works of the classics of sociology give grounds to confirm its connection with organizational efficiency, in particular, in terms of the theory of bureaucracy (M. Weber) and the theory of social space (P. Bourdieu). Corporate culture means particular qualities of values, rules of conduct and communication of employees of the organization, the typologization of which many scientists were engaged in. The authors mentioned the typologization approaches of W. Ouchi, F. Trompenaars and Ch. Hampden-Turner, G. Hofstede, Ch. Handy, M. Tulenkov and O. Kovtun. Also, the authors consider interpersonal relations on the basis of corporate culture types identified by F. Trompenaars and Ch. Hampden-Turner: universalistic – particularistic, individualistic – collectivistic, descriptive – ascriptive. As a prerequisite for verifying the presence or absence of connection between interpersonal relationships and internal corporate social responsibility empirically, it has been proposed to summarize the most relevant indicators of interpersonal relationships as part of corporate culture and to get acquainted with the hypotheses about the employee needs in this context.

Key words: interpersonal relations, corporate culture, organizational efficiency, internal corporate social responsibility.