

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імена Тараса Шевченка
факультет соціології
кафедра соціальних структур та соціальних відносин

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ЗВ'ЯЗОК ТИПУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ»

Спеціальність: 054 Соціологія

Освітня програма: «Соціальні технології»

Освітній ступінь: бакалавр

Кваліфікація: бакалавр з соціології

Авторка:

Панасенко Юліана Анатоліївна,
студентка 4 курсу

Наукова керівниця:

Ташенко Анна Юріївна,
кандидатка соціологічних наук, асистентка

Бакалаврська робота допущена до захисту
рішенням кафедри *соціальних структур та соціальних відносин*

Протокол № _____ від «___» _____ 20__ року

Зав. кафедри _____ доц. Мазурик О. В.
підпис

Київ–2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ПЕРЕДУМОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ	7
1.1. Підходи до розуміння організаційної ефективності та її основних детермінант	7
1.2. Підходи до вивчення та типологізації корпоративної культури як детермінанти організаційної ефективності	13
Висновок до розділу.....	21
РОЗДІЛ II. ЗВ'ЯЗОК ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ, КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА МІЖСОБИСТІСНИХ ВІДНОСИН.....	23
2.1. Організаційна ефективність крізь призму внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності	23
2.2. Взаємозв'язок корпоративної культури та соціальної відповідальності організації.....	25
Висновок до розділу.....	31
РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ ДАНИХ РОЗВІДУВАЛЬНОГО ЕМПІРИЧНОГО СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПЕРЕВІРКА ЙОГО НАДІЙНОСТІ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ МЕТОДИКИ КАМЕРОНА-КУЇНА.....	33
3.1. Аналіз даних розвідувального емпіричного соціологічного дослідження зв'язку корпоративної культури організації зі сприйняттям її працівниками доцільності заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності....	33
3.2. Перевірка надійності проведеного дослідження із використанням методики оцінки профілю корпоративної культури Камерона-Куїна.....	44
Висновок до розділу.....	50
ВИСНОВКИ.....	52
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	54
ДОДАТКИ	57

ДОДАТОК А. ПРОГРАМА СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ НА ТЕМУ «ЗВ'ЯЗОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗІ СПРИЙНЯТТЯМ ЇЇ ПРАЦІВНИКАМИ ДОЦІЛЬНОСТІ ЗАХОДІВ ВНУТРІШНЬОЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ».....	57
ДОДАТОК Б. ГРАФІКИ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	67

ВСТУП

Актуальність дослідження. Кожна і комерційна, і некомерційна організація функціонує з певною метою, вона ставить перед собою різноманітні цілі, як виробничі, так і іншого характеру, і спрямовує свою діяльність на їх досягнення. Міру досягнення цих цілей можна назвали організаційною ефективністю. Без неї існування компанії чи фірми було би просто нелогічним, адже неефективна організація приносить власникам лише збитки.

Якщо для засновників бізнесу він у першу чергу є основним джерелом доходу, то для звичайних працівників сфера зайнятості та безпосередньо місце роботи – це скоріше невід’ємна частина життя. Доросла працездатна людина проводить на робочому місці величезну кількість свого часу. Оскільки працівники є основним рушієм економічної організаційної ефективності (яка є пріоритетною для власників) – адже саме їх злагоджена праця дає змогу досягати поставлених цілей виробничого характеру, – спрямування зусиль на забезпечення сприятливого середовища для їх праці є просто необхідним. А інструментом для цього є розвиток корпоративної культури організації, яка згуртовує колектив навколо спільних цінностей, окреслює напрямки розвитку, визначає єдині норми взаємодії та співпраці та багато інших аспектів, які полегшують та мотивують роботу працівників.

Окрім економічних аспектів організаційної ефективності, виробничим організаціям як частинам соціальної системи потрібно не забувати й про соціальні. Розвиток внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності як аспекту організаційної ефективності розвитку персоналу та покращення якості його життя повинен займати важливе місце у списку пріоритетних видів діяльності організації. Існує багато заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності, які можна почати запроваджувати одночасно, щоб досягти максимальної ефективності в роботі з персоналом. Однак ми припускаємо, що в залежності не лише від цінностей, а й від особливостей взаємодії між працівниками, які панують в організації, її члени можуть потребувати та сприймати не всі впроваджені заходи. Відповідно, деякі заходи не зможуть

посприяти бажаному покращенню трудового й позатрудового повсякденного життя працівників.

Виходячи з цих міркувань, набуває актуальності дослідження, спрямоване на пошук взаємозалежностей корпоративної культури організації з досягненням її ефективності з точки зору розвитку та покращення якості життя працівників.

Об'єкт – корпоративна культура в організаціях.

Предмет – зв'язок корпоративної культури та організаційної ефективності.

Мета – обґрунтувати наявність зв'язку між типом корпоративної культури та організаційної ефективності на прикладі окремих організаційних заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності заради більш точного розуміння необхідності їх впровадження.

Завдання:

1. Розглянути підходи до розуміння організаційної ефективності та її основних детермінант.
2. Окреслити підходи до вивчення та типологізації корпоративної культури як основної детермінанти організаційної ефективності.
3. Охарактеризувати організаційну ефективність крізь призму внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.
4. Описати взаємозв'язок корпоративної культури та соціальної відповідальності.
5. Розробити програму емпіричного соціологічного дослідження взаємозв'язку міжособистісних відносин як складової корпоративної культури та організаційної ефективності.
6. Проаналізувати результати проведеного розвідувального емпіричного соціологічного дослідження зв'язку корпоративної культури організації зі сприйняттям її працівниками доцільності заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.
7. Оцінити профіль організаційної культури організації за методикою Камерона-Куїна заради перевірки надійності результатів дослідження.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ПЕРЕДУМОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

1.1. Підходи до розуміння організаційної ефективності та її основних детермінант

У рамках соціальних відносин, до яких у нескінченній кількості долучається кожен індивід протягом свого життя, однією з основ людського буття є участь у соціально-трудовах відносинах. Вони формувалися протягом довгого періоду часу, щоб оформитися у тому вигляді, який ми маємо зараз. Соціально-трудова відносина – це «комплекс взаємовідносин між найманими працівниками й роботодавцями (суб'єктами й органами, що їх представляють) за участі держави (органів законодавчої й виконавчої влади), які пов'язані з наймом працівників, використанням та оплатою їхньої праці, відтворенням робочої сили й спрямовані на забезпечення соціальної злагоди, високого рівня та якості життя працівників, високої ефективності роботи підприємств» [Мікловда, Кубіній, 2012: с. 218].

Основною метою формування соціально-трудовах відносин в межах певної організації є якраз забезпечення її організаційної ефективності, тобто досягнення певних цілей і загалом функціонування із забезпеченням найкращих можливих результатів за витрати найменш можливої кількості ресурсів. Хоча такий погляд на розуміння ефективної роботи організації вважається дещо застарілим, адже якщо розглядати комерційну діяльність підприємств, то ринок уже давно 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, а досягти економічної ефективності можна лише слідуючи цим запитам. Потреби постійно лише ростуть і урізноманітнюються, тому задовольнити їх, дотримуючись правила мінімізації витрат ресурсів, буде просто неможливо. Хоча у розгляді цього питання можна також сказати, що основним критерієм є баланс між витратами та здобутками, орієнтація на те, щоб навіть найбільші ресурсні витрати були мінімальними порівнювано з отримуваним від них доходом. Не зважаючи на те, що зараз мова йде саме про економічну вигоду,

насправді цей принцип стосується усіх аспектів організаційної ефективності, як внутрішніх, так і зовнішніх. Загалом, залежно від спрямованості на різні аспекти організаційної ефективності, її можна розглядати з точки зору цільового, системного та вибіркового підходів.

Цільовий підхід передбачає орієнтацію підприємства на досягнення певних заздалегідь поставлених цілей. Для будь-якої комерційної організації це зазвичай економічні цілі. Завданням менеджменту в межах даного підходу є прийняття рішень по використанню наявних ресурсів таким чином, щоб досягати поставлених цілей з найменшими витратами. Цей підхід здебільшого орієнтований на зовнішній, економічний аспект організаційної ефективності, на підприємства, які можуть чітко ставити перед собою конкретні досяжні цілі, знаходити раціональні способи їх досягнення або наближення до цього та знати, як ефективність діяльності оцінити і виміряти [Стадник, Йохна, 2003].

Системний підхід характеризується спрямованістю на внутрішню організаційну ефективність, забезпечення внутрішньої єдності та гнучкості для адаптації до мінливого середовища. Тобто він виходить і міркувань, що сильна внутрішня структура організації, із чітким розподілом ресурсів, визначенням ієрархічних залежностей, правилами взаємодії учасників та підтримкою їх відносин забезпечить злагоджену та ефективну діяльність у будь-яких умовах та виконання будь-яких поставлених завдань [Стадник, Йохна, 2003].

Вибірковий підхід будується на основі «стратегічних складових», тобто тих, які є надважливими для досягнення бажаного рівня ефективності діяльності організації. Цей підхід іде всупереч загальноприйнятому розумінню оцінки ефективності на основі заздалегідь встановлених критеріїв чи системних характеристик. Він спирається на стратегію прийняття рішення Г. Саймона [Саймон, 2000, с. 55-56], яка полягає в тому, щоб обирати ті рішення, які для вирішення усіх аспектів певної проблеми будуть найбільш задовільними, тобто хоч і не будуть ідеально підходящими для кожного з них, але призведуть до досягнення бажаного результату без затрати величезної кількості ресурсів на пошук ідеального важкодоступного способу. Тобто необхідно забезпечувати

мінімальний рівень задоволення усіх складових (підрозділів) підприємства, мотиви діяльності й цілі яких відрізняються. Головне в цьому підході – правильно розставляти пріоритети, щоб знати, які стратегічні складові можна залишити на задовільному рівні, а яким потрібно приділити, відповідно, більше уваги та зусиль [Стадник, Йохна, 2003].

Кожна організація обирає свій аспект організаційної ефективності, в напрямку якого спрямовує свої зусилля, залежно від типу підприємства та цілей його діяльності. Маючи свої недоліки, кожен із перелічених підходів все одно буде приносити користь в окремих, призначених для нього випадках. Але ще однією детермінантою ефективності організації, про яку не можна не згадати, є *корпоративна культура*. Саме слово «культура» походить від латинського *cultus* і означає «поклоніння божеству». При застосуванні цього слова стосовно організацій, культура так само передбачає ключові «символи віри», стереотипи поведінки, що впливають на поточну діяльність підприємства [Гэлэгер, 2006: с. 18].

Так само, як культура певного народу впливає на характер його будь-яких соціальних, економічних чи політичних діяльностей, культура організацій також буде впливати на всі її управлінські чи виробничі процеси. Корпоративна культура виступає мікромоделлю широкого поняття культури суспільства та народів, адже між ними є багато подібностей та паралелей. Будь-яка культура, суспільна чи корпоративна, має відмінні знаки та символи приналежності до групи для своїх членів, культура також підтримує довгострокові цілі групи, має властивість змінюватися у зв'язку зі значними подіями у процесі свого функціонування і завжди виходить за рамки індивідуального, тобто ідеї культури не дорівнюватимуть сумі ідей її членів (емерджентність) [Гэлэгер, 2006: с. 23].

Тож корпоративна культура передбачає певні особливості правил поведінки, спілкування, діяльності працівників організації, їх цінностей та філософії, які й визначають особливості побудови їх співпраці. Це те, що відрізняє працівників однієї організації від працівників іншої. Трудові відносини стають підґрунтям для утворення взаємодії між індивідами, які набувають

певного емоційного характеру, у трудовій організації виникає свій соціально-психологічний клімат та стиль трудової діяльності, з'являється особлива трудова культура, що і зумовлює набуття трудовими відносинами соціального характеру та трансформацію їх уже на соціально-трудові. Цей процес також можна сміливо назвати формуванням корпоративної культури організації. Він є необхідним для забезпечення комфортного середовища праці членів організації та їх ефективної діяльності. Якщо усі члени організації приймають і засвоюють її культуру, це значно спрощує їх взаємодію, адже вони знаходяться ніби «на одній хвилі». У сутності, корпоративну культуру можна розглядати як аналог національної культури, але на мікрорівні. Хоча основною відмінністю між ними є те, що національні культурні відмінності засвоюються дітьми у віці до 10 років від батьків, які також, у свою чергу, засвоювали їх у такому ж віці, тобто ці цінності є достатньо стійкими і потребують проходження через багато поколінь, щоб бути зміненими. «Організаційна культура ж вкорінена в практиках, засвоєних на роботі, і її цінності можуть змінюватися значно швидше» [Hofstede, 2011: p. 389-390].

Оскільки поняття корпоративної культури є частиною господарської та виробничої організації, його здебільшого відносять до економічної науки та розглядають в її межах. Але існує також багато і соціологічних вивчень цього поняття, і як поняття соціології «корпоративна культура» позначає особливий вид соціокультурних норм, що детермінують відповідний вид сумісної діяльності господарюючих суб'єктів, змістом якої є інтеграція у вигляді об'єднання зусиль та ресурсів, її диференціація, щодо розподілу, обміну та споживання продукту, що виробляється. Тобто соціологічний контекст дозволяє розглядати феномен «корпоративна культура» інтегруючи інші контексти його прояву в усіх сферах суспільства [Бондаренко, 2016: с. 138, 142].

Вперше термін «корпоративна культура» був ужитий німецьким фельдмаршалом Х. К. Б. фон Мольтке задля позначення взаємовідносин у офіцерському середовищі. Про важливість організаційної культури для ефективної роботи організації писав і німецький класик соціології М. Вебер. Його

теорія раціональної бюрократії описувала чітко регламентовану організацію, яка дотримуючись певних правил праці та взаємодії між членами колективу, досягала б 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 в процесі праці. Саме присутність «людського фактору» Вебер вважав основною перешкодою у досягненні абсолютної ефективності організації такого типу [Вебер, 2003: с. 11-14]. Окрім бюрократії як ідеального типу порядку, він виділяє також патримоніальний та харизматичний. У їх основі вже лежать особистісні відносини підпорядкування, на відміну від знеособленої бюрократії. Патримоніальний тип соціального порядку базується на вірі у святість і спадкоємність родових традицій і легітимність заснованої на них влади правителів. В основі харизматичного соціального порядку лежить віра у виняткову святість, героїзм, високу місію і зразковий характер лідера, що походять від вищих сил. Ці види соціального порядку, яка є, на думку Вебера, основою для ефективного функціонування системи, також можуть визначати характер соціально-психологічного клімату в колективі і бути підставою для формування певного типу організаційної культури [Резник, 2015: с. 187].

Зв'язок між культурою організації та результатами її діяльності представлений і в роботах американського соціолога Т. Парсонса. Він пропонує ряд функції, яких повинна дотримуватися будь-яка система, і зокрема організація, щоб продовжувати своє існування та досягати успіху: функції адаптації, досягнення цілі, інтеграції та підтримки зразка (латентності). Тож кожна організація, виконуючи ці функції, повинна підлаштовуватися під умови мінливого зовнішнього середовища та раціонально використовувати наявні в неї ресурси в його межах, досягати поставлених цілей, вміти об'єднувати, регулювати та координувати свої внутрішні складові діяльності, підтримувати латентні зв'язки через накопичення та передачу важливої організаційної інформації, загальних правил взаємодії та культурного досвіду організації (цінності

організації якраз виступають основою виконання функції підтримки латентного зразка). Усі ці функції якраз включає в себе корпоративна культура організацій, забезпечуючи при цьому ефективність їх функціонування [Парсонс, 1993, с. 98-99].

З точки зору теорії соціального простору П. Бурдьо корпоративну культуру можна також розглядати як складову частину соціального простору, одне із його численних полів. Поле корпоративної культури має комплексний характер, воно виступає єдністю певних принципів, цінностей, правил поведінки, діяльності, гри членів корпорації і як наслідок – складовою стратегії досягнення корпорацією успіху на ринку. Як поле соціального простору корпоративна культура може мати власну структуру, правила, специфічні закономірності та логіку функціонування [Шаталова, 2017: с. 66]. Окремо визнавалося плідним для вивчення культури в організаціях врахування динаміки, що було запропоновано у теоретичному наробку Бурдьо щодо зв'язку між класовим габітусом та полем організації як такої з її «сенсом гри» [Souza, Fenili, 2016].

Класики соціології дають нам теоретичне розуміння поняття корпоративної культури, але щоб краще зрозуміти її сутність у сучасності, потрібно розглядати її більш предметно та практично. Досить важко знайти витoki формування корпоративної культури, адже вона водночас формується людьми, певними діями, традиціями, звичками її членів, і в той же час культура формує людей, вони є вільними, але обмеженими у її межах, люди, які потрапляють до вже сформованої культури, повинні під неї підлаштовуватися, засвоювати її цінності та приймати їх як свої власні, таким чином проходячи процес адаптації. Але при цьому культура не має намірів уніфікувати всіх своїх членів, підводити їх під якийсь один зразок. Вона усвідомлює, поважає та приймає особливості кожної людини чи групи людей. Навіть у різних відділів однієї компанії можуть виникати свої проблеми, цілі та специфіка діяльності, і якщо цього не враховувати при формуванні культури або її трансформації, компанія не зможе працювати успішно та злагоджено. «Ви створюєте однозначну мрію та систему моральних норм, але при цьому запитуєте кожну частину племені чи клану, наскільки їх особиста історія

узгоджується із цим і як можна її вписати в спільне ціле без втрати унікальності» [Крамер, 2020: с. 74].

Коли культура стикається із новою для себе реальністю, проблемами, вирішення яких до цього не було в ній закладене, вона починає потребувати змін для того, щоб впоратися із цим. Зовнішні обставини постійно спричиняють зміни, тому динамічність для культури організацій є абсолютно природньою. Але коли виникає потреба у модернізації культури, це може бути стресовим процесом для членів організації, адже звикати до чогось нового – це завжди вихід із зони комфорту, відхід від звичного способу дій, тому спричиняє багато незручностей. І важливим тут є те, що лише приділивши час діалогам, виявивши увагу до деталей та неупереджено розглянувши нові точки зору, можна відкалібрувати існуючі цінності та домінуючі принципи. Якщо ж спробувати вносити зміни жорстким способом, нав'язуючи один варіант нових норм та правил, це може піддати членів організації додатковим «стражданням» та укріпити існуючі дисфункціональні моделі поведінки. Тож племена утворюються та змінюються лише у взаємодії, діалогах, дискусіях та спільному прийнятті рішень [Крамер, 2020: с. 84, 88].

Не зважаючи на одну спільну ідею та сутність корпоративних культур, вони можуть дуже відрізнитися своїм ціннісним наповненням у різних компаніях. Наразі існує чимало різноманітних підходів до вивчення, розрізнення та створення типологій корпоративної культури, деякі з яких ми пропонуємо розглянути далі.

1.2. Підходи до вивчення та типологізації корпоративної культури як детермінанти організаційної ефективності

Загалом детальна розробка тематики корпоративної культури датована кінцем 70-х – початком 80-х рр. XX ст. Корпоративна культура є дуже складним та багатограним явищем, тому науковці, які займалися його вивченням, мають часто досить відмінні погляди на його розуміння та різновиди.

Цікавим на наш погляд є на корпоративні об'єднання як на племена. Одним із науковців, який розглядав об'єднання людей із такої точки зору, був З. Бауман. У своїй праці «Мислити соціологічно» [Бауман, 1996] він говорить про племена

як про певні групи, вступаючи до яких люди можуть виражати свою ідентичність. Із справжніми племенами їх поєднує те, що вони обоє прагнуть підкреслювати свою особливу ідентичність та відрізнити себе від інших племен, не допускати жодних змішувань. Для того, щоб відрізнити справжні племена від тих, до яких приєднуються шляхом покупки їх символів, останні Бауман називає неоплеменами. У нього вони також є відкритими системами, до неоплемен можна приєднуватися та покидати їх за власною волею. Такі характеристики – підкреслення ідентичності, прагнення відрізнитися від інших племен, відкритість системи тісно корелюють із ознаками корпоративних культур. Але є й те, що стрімко відмежовує корпоративні культури від неоплемен Баумана – у нього вони є нестійкими, такими, що утворюються стихійно, швидкоплинно і так само можуть розпадатися, залежно від ситуації [Бауман, 1996].

Зараз же сучасні дослідники дуже часто висувують теорії, де вивчаючи корпоративні культури, ототожнюють їх із племенами. Тож однією із праць, де ідея племені Баумана знаходить своє прикладне значення, є книга «Як управляти корпоративним племенем. Прикладна антропологія для -топ-менеджера» І. Крамер та Д. Браун. У ній аналогія між корпоративними культурами та племена прокладається дуже сміливо та впевнено, авторки буквально всі корпоративні процеси описують у термінології племен та наділяють членів культури племінними ролями. Такі аналогії вони пояснюють тим, що, не дивлячись на глобальну цивілізацію та технологізація сучасних суспільств, незмінними лишаються «властиві людству із найдавніших часів потреби у безпеці, довірі, побудові взаємозв'язків, владі, лояльності, співробітництві та лідерстві» [Крамер, 2020: 18].

Для авторок плем'я – це не просто сума індивідів, це сукупність різноманітних відносин. Тоді як культурою племені є домовленості про те, як потрібно сприймати одне одного, час, простір та богів. Тобто організацію можна розглядати як живий організм, всередині якого діють та взаємодіють люди [Крамер, 2020: 30]. Крамер і Браун виділяють схожі до визначень Баумана характеристики сучасних племен: у них вони теж є відкритими системами,

приналежність до племені є особистим, добровільним вибором, вони не прив'язуються до жодних локацій, їх утворення є ситуативним, а не безумовним, можлива принадлежність до декількох племен [Крамер, 2020: 43]. Тобто більшою мірою спостерігається досить сильна схожість із неоплеменами Баумана.

Якщо переходити до типологій, то за вивченими засадами типологізації корпоративної культури господарських організацій, у своїй статті М. Туленков та О. Ковтун виділяють деякі індикатори для визначення типів корпоративної культури, а саме:

1) характер відносин (солідаризм – індивідуалізм, інтеграція – фрагментація соціальної залученості);

2) характер керівництва й лідерства (одноосібність – колегіальність);

3) змінюваність організації (адаптивність (іновативність) – консервативність (стабільність), орієнтація на постійне навчання, розвиток колективу);

4) пріоритетність організаційних цілей (перемога в конкурентній боротьбі, розвиток персоналу, забезпечення стабільного ходу роботи, продукування інноваційного продукту) [Туленков, Ковтун, 2014, с. 22].

Залежно від особливостей, що домінують за цими індикаторами, можна виділяти різні типи корпоративної культури. Але аналіз відповідної літератури свідчить, що серед критеріїв соціологічної типологізації корпоративної культури можна розглядати також і особливості національної культури, рівень соціально-психологічної згуртованості колективу організації, характер системи управління, організаційну упорядкованість соціальних відносин. Саме за цими критеріями типологізується корпоративна культура у зарубіжній соціологічній думці.

Найпершою хотілося б навести типологію корпоративної культури голландського дослідника Ф. Тромпенаарса, який поділяє її на такі типи:

1) «сім'я» – культура, орієнтована на владу, характеризується жорстокою ієрархічністю, патерналізмом, тісними особистісними зв'язками, де працівники ставляться один до одного, як до членів сім'ї. Ця культура орієнтується на турботу організації про забезпечення життєвого добробуту

кожного працівника та його сім'ї і розраховує, що вдячні працівники докладуть у відповідь усіх зусиль, щоб потурбуватися про організацію;

2) «Ейфелева вежа» – культура, орієнтована на роль, характеризується жорсткою ієрархічністю, бюрократичністю, чітким функціональним розподілом, відносини в ній носять конкретний характер, це деперсоналізована раціонально-правова система, яка й визначає ієрархію, призначену для забезпечення виконання цих правил. Ця культура також є стабільною, міцною та стійкою до зовнішніх впливів. Тісні особистісні відносини в ній різко засуджуються, цілі організації логічним чином відділені від особистих потреб та прихильностей працівників, щоб забезпечувати максимальну об'єктивність у прийнятті рішень;

3) «самокерована ракета» – культура, орієнтована на мету, цінність людини в ній визначається ефективністю її праці та мірою внесення корисного вкладу у спільну справу, тут кожен член приблизно рівною мірою бере участь в процесі прийняття рішення, але між ними переважають короткострокові відносини, призначені лише для того, щоб довести проект до переможного кінця, цій культурі не властиві емоційні відносини або тривалі взаємні зобов'язання між людьми;

4) «інкубатор» – культура, орієнтована на особистісний розвиток працівників, вона майже не має структури, але функції працівників при цьому як і раніше важливі, вона також орієнтована на інновації та свіжі ініціативи, вони часто є об'єднаннями професіоналів-одинаків, які не проти ділитися ресурсами в процесі обміну досвідом із колегами. Важливою тут є тіснота взаємовідносин та співробітництва, адже це безпосередньо впливатиме на результати спільної праці, ефективність, наявність живильного середовища для творчості та розподілу радості від спільних перемог [Тромпенаарс, Хемпден-Гернер, 2004, с. 322-365].

Ще однією дуже популярною типологією корпоративної культури у спеціальній літературі є типологія Г. Хофстеде, яка заснована на крос-культурному підході і складаються із п'ятиох вимірів національної культури:

1) індивідуалізм – колективізм: за допомогою цього виміру описується характер зв'язку індивіда із суспільством і, відповідно, виокремлюються такі типи культури – індивідуалістська та колективістська;

2) дистанція влади описує рівень нерівностей у суспільстві як дистанцію до влади; за цим чинником вирізняються типи культури від автократичного – до колегіального;

3) неприйняття невизначеності як чинник, що дає змогу виокремлювати типи культури відповідно до способів прийняття членами організації невизначеності власних перспектив. За цим чинником виділяються такі типи культури, як визначена та невизначена;

4) мужність – жіночність як чинники типологізації культури виокремлюють такі особливості: у «мужніх» суспільствах домінують соціальні цінності, що в основному характерні для чоловіків, але вони здатні визначати спосіб мислення і жінок; у «жіночних» суспільствах домінують цінності, пов'язані із скромністю, пріоритетністю людських відносин, спілкуванням про якість життя тощо;

5) довгострокова орієнтація – демонструє здатність суспільства до прагматизму та орієнтацію на майбутнє, на протигагу традиціоналізму і тактичній (короткостроковій) орієнтації [Медведева, 2017: 30-35; Туленков, Ковтун, 2014, с. 24].

Наступний підхід, який є також досить поширеним та вартим уваги – типологічна матриця Ч. Хенді, у межах якої знаходимо чотири типи корпоративної культури:

1) культура влади – культура із жорсткою ієрархізацією та орієнтацією на лідера, його особисті якості та здібності;

2) рольова культура – характеризується суворим функціональним розподілом ролей і спеціалізацією ділянок, побудованих на основі системи процедур, правил та стандартів діяльності, слідування яким має гарантувати ефективність;

3) культура завдання – характерна для проектних організацій, фірм орієнтованих на розробку і випуск нових продуктів і послуг, під кожен задачу створюється нова робоча група;

4) особистісна культура - об'єднує людей не для вирішення завдань, а для того, щоб вони могли досягати власних цілей, влада тримається на близькості до ресурсів, професіоналізмі, на силі особистих якостей, здібностей, обдарувань і здатності домовлятися [Лобза, 2013: 136-137].

Можна також навести типологізацію корпоративної культури відомого американського дослідника У. Оучі, який виокремлює:

1) ринкову культуру – базується на пануванні вартісних відносин та орієнтацією на прибуток, джерелом влади тут є власність на ресурси;

2) бюрократичну культуру – базується на жорсткій регламентації організаційної взаємодії, джерелом влади є посада членів організації;

3) кланову культуру – є ніби доповненням до двох попередніх типів і може утворюватися всередині кожної з них на підставі певної спільної цінності членів організації [Ouchi, 1981: с. 83-88].

Дослідники К. Камерон та Р. Куїн створили універсальну методичку оцінювання корпоративної культури OCAI (Organizational Culture Assessment Instrument). Результатами цієї оцінки стає рівень приналежності до чотирьох типів корпоративних культур:

1) Ієрархічна культура – заснована на вченні Вебера про бюрократію як ідеальний тип організації, і з'являється якраз у той час, коли було необхідно продуктивно виробляти товари та послуги у суспільстві, яке все більш ускладнювалося. Такий тип культури давав можливість у відносно стабільному зовнішньому середовищі інтегрувати та координувати задачі і функції, підтримувати однаковість продукції та послуг, тримати під контролем працівників та виконувати роботи. Ключовими цінностями успіху в межах цієї культури є чіткі лінії розподілу повноважень у прийнятті рішень, стандартизовані правила та процедури, механізми контролю та обліку.

2) Ринкова культура – тип культури, який орієнтований на зовнішнє середовище, а не на свої внутрішні справи. Основна увага у цій культурі фокусується на операціях із зовнішніми клієнтами, враховуючи постачальників, споживачів, підрядників і т. д. Тобто головний фокус ринкової культури налаштований на проведення операцій (обміну, продажу, контрактів) з іншими клієнтами із метою досягнення конкурентної переваги.

3) Кланова культура – тип, який заснований на вивченні японських компаній, і нагадує організацію сімейного типу. Такі культури проникнуті цінностями та цілями, які розділяються всіма учасниками, вони характеризуються згуртованістю, співучастю, індивідуальністю та відчуттями організації як «ми». У організаціях із таким типом культури прийнято вважати, що із зовнішнім середовищем краще всього можна впоратися, якщо організувати бригадну роботу та піклуватися про підвищення кваліфікації найманих працівників, споживачів краще сприймати як партнерів, формувати у працівниках відданість справі та організації.

4) Адхократична культура – тип, який є продуктом ери інформації, він найбільше пристосований до надзвичайно бурхливих зовнішніх умов, що інтенсивно змінюються та характеризують світ організацій XXI століття. Основна думка такого типу культури це те, що новаторські та випереджаючі час рішення – це саме те, що веде до успіху в бізнесі, тут основне завдання менеджменту полягає в прискоренні підприємництва, заохоченні творчості та діяльності на передових рубежах [Камерон, 2001: 68-79].

У сучасних дослідженнях корпоративних культур дуже актуальну сьогодні типологію пропонує бельгійський бізнес-письменник Ф. Лалу. Відповідно до стадій людського розвитку К. Грейвза, Лалу вирішив розрізняти компанії схожим чином – за кольором. Ці типи організацій є ієрархічними, він найнижчого рівня розвитку, до найвищого. Так, червоні організації є найнижчим рівнем розвитку, вони тримаються на постійному застосуванні сили у міжособистісних відносинах, лідер такої організації постійно демонструє свою перевагу в силі та підкоряє інших своїй волі. Наступним етапом є жовті організації, вони, на відміну від

червоних, отримують здатність до планування та створення стійких, здатних до зростання організаційних структур, чим забезпечують собі можливість успішного функціонування та розвитку. Помаранчеві організації є ще більш успішними, завдяки новим здібностям до новацій, відповідальності та меритократії. Зелені організації виходять на новий рівень зі своїм прагненням до відкидання влади та ієрархії, вони спрямовані на поділ влади між усіма членами та спільне, консенсусне ухвалення всіх рішень. Останнім рівнем, вершиною розвитку, є бірюзові компанії, у них відносини базуються повністю на довірі, відкритості, рівності, толерантності, турботі, тобто це повністю екологічний клімат, де панує величезна повага та цінність кожної особистості [Laloux, 2014].

За аналізом зарубіжних підходів до типологізації корпоративної культури М. Туленков та О. Ковтун пропонують свою узагальнюючу типологію:

1) Солідаристська корпоративна культура, в основу якої покращені колективістські цінності, доброзичливі та дружні відносини в колективі, а також стабільність складу організації. В організаціях з таким типом культури організаційний конфлікт вважається явищем деструктивним, а відповідальність за поразки та здобутки організації несуть усі члени цього колективу. Пріоритетним для таких організацій є розвиток людини та колективу.

2) Ринково-індивідуалістична корпоративна культура, яка відображає характер конкурентного ринково-підприємницького суспільства та орієнтує персонал на індивідуальні досягнення, конкурентну боротьбу у внутрішньому та зовнішньому організаційному середовищі.

3) Інноваційно-адаптивна корпоративна культура, яка заснована на цінностях постійного розвитку інтелектуального потенціалу організації, а також орієнтує своїх членів на творчий підхід, інноваційність і впровадження нових форм організації діяльності.

4) Формалізована (бюрократична) корпоративна культура передбачає жорстку регламентацію поведінки персоналу, що забезпечує стабільне функціонування організації. Цей тип культури можна також позначити як культуру координації. [Туленков, Ковтун, 2014, с. 26].

Усі проаналізовані типи корпоративної культури ґрунтуються на різних особливостях побудови внутрішнього середовища праці та по-різному впливають на результати цієї праці, тобто на організаційну ефективність, а отже, дають підстави для подальшого пошуку та обґрунтування зв'язку між цими взаємозалежними явищами.

Висновок до розділу

Основною метою формування соціально-трудових відносин в межах певної організації є якраз забезпечення її організаційної ефективності, тобто досягнення певних цілей і загалом функціонування із забезпеченням найкращих можливих результатів за витрати найменш можливої кількості ресурсів.

Залежно від спрямованості на різні аспекти організаційної ефективності вона була розглянута із точки зору цільового, системного та вибіркового підходів.

Важливою детермінантою ефективності організації, про яку не можна не загадати, є *корпоративна культура*. Вона передбачає певні особливості правил поведінки, спілкування, діяльності працівників організації, їх цінностей та філософії, які й визначають особливості побудови їх співпраці.

Класики соціології у своїх працях також розглядали зв'язок корпоративної культури з організаційною ефективністю. М. Вебер робив це з точки зору теорії соціального порядку та бюрократії як його ідеального типу. Т. Парсонс виділив чотири функції (адаптація, досягнення цілі, інтеграції та підтримки латентного зразка), які повинна виконувати кожна соціальна система, щоб продовжувати своє ефективне функціонування. Організацію також можна розглядати як соціальну систему, а виконання функцій забезпечуватиметься корпоративною культурою. З точки зору теорії соціального простору П. Бурдьо корпоративну культуру можна також розглядати як складову частину соціального простору, одне із його численних полів. Великим поштовхом для вивчення корпоративної культури сучасними науковцями було вчення З. Баумана про племена та неоплемена як об'єднання людей задля пошуку своєї ідентичності.

Типологізацією поняття «корпоративна культура» займалися багато науковців і запропонували при цьому багато різних підходів. Ф. Тромпенаарс виділяє корпоративні культури типу «сім'я», «Ейфелева вежа», «самокерована ракета» та «інкубатор». Г. Хофстеде пропонує розгляд поняття через п'ять вимірів національної культури: індивідуалізм – колективізм, дистанція влади, неприйняття невизначеності, мужність – жіночність, довгострокова орієнтація. Ч. Хенді також виділяє чотири типи корпоративної культури: культуру влади, завдання, рольову та особистісну. К. Камерон та Р. Куїн у своїй методиці оцінки культур пропонують ієрархічну, ринкову, кланову та адхократичну культури. М. Туленков та О. Ковтун пропонують узагальнюючу типологію, виділяючи: солідаристську, ринково індивідуалістичну, інноваційно-адаптивну та формалізовану корпоративну культуру.

РОЗДІЛ II. ЗВ'ЯЗОК ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ, КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА МІЖСОБИСТІСНИХ ВІДНОСИН

2.1. Організаційна ефективність крізь призму внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності

Відомо, що існує деякий зв'язок між типом корпоративної культури та проявами організаційної ефективності. Але поняття організаційної ефективності є дуже широким та включає в себе одночасно і економічні, і соціальні, і організаційні показники. Однак із соціологічної точки зору нас цікавлять більше соціальні аспекти, які ми й плануємо дослідити.

Окрім постановки певних економічних цілей та діяльності, спрямованої на їх досягнення, що є основною причиною створення та функціонування різноманітних підприємств та фірм, керівництво повинно пам'ятати, що їх дітище є частиною соціальної системи, єдиного суспільства, яке вимагає відгуку на задоволення своїх потреб та запитів. Саме тому організаційну ефективність у її соціальних проявах ми пропонуємо розглядати з точки зору корпоративної соціальної відповідальності.

Узагальнюючи наукові напрацювання західних та вітчизняних дослідників щодо корпоративної соціальної відповідальності, Г. Пермінова зазначає, що вона у більшості праць трактується як «добровільна діяльність компаній приватного і державного секторів, яка спрямована на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та 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 в довгостроковій перспективі; створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою, які є важливими складовими соціальних відносин» [Пермінова, 2013, с. 83-84].

Тож з огляду на визначення корпоративної соціальної відповідальності, її також можна поділити на зовнішню та внутрішню. Внутрішня практика

корпоративної соціальної відповідальності пов'язана безпосередньо з фізичним та психологічним середовищем роботи працівника. Вона виражається в турботі про здоров'я та добробут працівників, їх навчання та участь у бізнесі, рівність можливостей, забезпечення балансу робота-сім'я, тоді як зовнішня корпоративна соціальна відповідальність відноситься до відповідальності за місцеву громаду, ділових партнерів та постачальників, замовників, державні органи та неурядові організації, що представляють місцеві громади, а також зовнішнє середовище, до якого входить благодійність, волонтерство та охорона навколишнього середовища [Law, 2015: p. 67].

Повертаючись до внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності можна також сказати, що вона стосується відносин власників та керівництва із працівниками організації. Вона спрямована не лише на дотримання законодавчих норм працевлаштування, юридичних та правових аспектів управління персоналом, а більшою мірою проявляється у добровільному відгуку організації на соціальні проблеми своїх працівників. Ідеї внутрішньої корпоративної відповідальності виходять із міркувань про те, що компанія повинна цінувати своїх працівників та піклуватися про них у всіх сферах їхнього життя, якщо хоче, щоб вони повністю віддавалися роботі і відчували себе частиною великої справи [Корпоративная социальная..., 2013, с. 138-139].

Саме цей аспект організаційної ефективності ми й будемо досліджувати у цій роботі. Адже цінності, закладені в корпоративній культурі, визначатимуть характер потреб працівників організації та відповідні пріоритетні заходи, які могли б ці потреби задовольнити. Таке розрізнення дає підставу для виявлення (1) окремо заходів внутрішньої корпоративної відповідальності, які впроваджуються компанією, (2) задоволеності наявністю або запровадженням заходів корпоративної соціальної відповідальності, (3) рівня необхідності працівників у впровадженні певних заходів.

До таких заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності, які ми будемо брати за основу у дослідженні, відносять наступні:

- 1) відсутність дискримінації в практиці найму на роботу;

- 2) відсутність дискримінації при кар'єрному просуванні;
- 3) забезпечення захисту життя та здоров'я працівників;
- 4) будівництво житла для працівників/допомога із його пошуком для винаймання/кредитування на його покупку;
- 5) забезпечення для працівників можливості для підвищення кваліфікації, постійного навчання;
- 6) повага до сімейних обов'язків працівників, зокрема, гнучка система зайнятості та відпусток;
- 7) обґрунтовані заходи, що даватимуть можливість трудової реалізації представникам вразливих груп, таких як корінні представники місцевих спільнот, мігранти, люди з інвалідністю тощо;
- 8) організація відпусток та відпочинку усім трудовим колективом;
- 9) навчання та інформування працівників в області соціальної відповідальності [Корпоративная социальная..., 2013, с. 140-141].

Тож у нашому дослідженні організаційна ефективність розглядатиметься із точки зору системного підходу, який описувався в першому розділі. Він якраз виражає внутрішню спрямованість організаційної ефективності, яка забезпечує міцну структуру організації із чітко налагодженими механізмами взаємодії, що дає їй можливість функціонувати із забезпеченням зовнішньої організаційної ефективності. Тому саме розвиток внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності ми розглядаємо як спосіб досягнення організаційної ефективності.

2.2. Взаємозв'язок корпоративної культури та соціальної відповідальності організації

Із популяризацією явища соціальної відповідальності бізнесу багато організацій стикнулися із проблемами впровадження цих практик у свою діяльність. Освоєння всього нового завжди викликає певні труднощі, тому у випадку із соціальною відповідальністю, розуміючи її необхідність на поточному етапі розвитку суспільства, застосовувалися різні методи заохочення компаній

долучатися до нової, важливої ініціативи. Сьогодні ж, коли соціальна відповідальність перестала бути чимось незвичним та вже стала невід'ємною частиною будь-якої масштабної економічної діяльності, вкоренилися нові погляди на витоки соціально відповідальної діяльності організацій. Беззаперечною стає думка, що впровадження принципів соціальної відповідальності повинно відбуватися через корпоративну культуру. Оскільки культура виступає підґрунтям для характеру та способу будь-якої діяльності в межах організацій, соціальна відповідальність ніяк не може лишатися поза її межами. При заснуванні нової організації, яку засновники прагнуть зробити успішною, вони повинні ще на витоках формування корпоративної культури інтегрувати соціальну відповідальність у загальну місію діяльності, свої основні цілі та завдання [Соціальна відповідальність, 2015: 222].

У своїй взаємодії, соціальна відповідальність та побудована на її засадах корпоративна культура і є основними чинниками організаційної ефективності. Соціально відповідальна корпоративна культура виводить принцип відповідальності у ранг важливих цінностей, де обов'язком стає не лише не нашкодити, а й покращувати всі сфери, на які спричиняє певний вплив діяльність організації. Суб'єктами соціально відповідальної корпоративної культури, з одного боку, виступають працівники, які повинні відповідально ставитися до своїх обов'язків, бути зацікавленими у підтриманні сприятливого соціально-психологічного клімату у робочому колективі, робити свій вклад у виробництво продуктів чи послуг так, щоб він не приносив школи споживачам та економічних збитків компанії. З іншого боку, суб'єктом виступає сама компанія, яка теж несе відповідальність перед своїми споживачами, суспільством у питаннях екології та соціального добробуту, а також перед своїми працівниками, щоб забезпечувати їх гідними умовами праці, матеріальною винагородою за їх роботу, комфортним середовищем, навчанням та розвитком і просто робити так, щоб їх час за роботою, спілкування із колегою, відчуття власного соціального внеску приносили їм задоволення. Тож соціальна відповідальність, інтегруючись у корпоративну

культуру організації, робить величезний вклад як у соціальну, так і в економічну ефективність [Соціальна відповідальність, 2015: 222-226].

Із наведених у попередньому розділі типологій корпоративної культури та всеосяжності людських відносин у процесі виробництва видно, що міжособистісні відносини займають у цій культурі дуже важливе місце, адже саме вони визначають особливості взаємодій працівників та соціально-психологічного середовища їх діяльності. Характер міжособистісних відносин впливає також на формування схильності працівників до взаємодопомоги, появи між ними спільних цінностей, переконань, інтересів, які потім поширюються на формування загальноорганізаційних цінностей. Тісні дружні взаємовідносини сприяють згуртованості колективу, появі більш комфортного середовища для ефективної праці. Хоча існує й протилежна думка, що тісні контакти у сфері зайнятості є негативним фактором впливу на продуктивність праці, вони можуть відволікати від основного заняття, заважати прийняттю об'єктивних рішень, розмивати рамки субординації на робочому місці. Тож така суперечність між роллю міжособистісних відносин у забезпеченні ефективності праці є досить цікавою для вивчення.

Різноманітні наукові підходи до розуміння місця міжособистісних відносин у корпоративній культурі були розглянуті нами у науковій статті «Вплив міжособистісних відносин як складника корпоративної культури на організаційну ефективність» [Панасенко, 2021]. Розглянуті в ній підходи класиків є досить цікавими, але виходячи з того, що сучасні тенденції розвитку досить молодого поняття корпоративної культури є більш різноманітними та потребують детальнішої концептуалізації для використання у дослідженні, ми б хотіли звернутися до різновидів соціальних відносин, що виникають в межах корпоративних культур, запропонованих уже згадуваним голландським дослідником Ф. Тромпенаарсом та британським дослідником Ч. Хемпденом-Тьорнером. Загалом вони виділяють п'ять пар критеріїв для розрізнення соціальних відносин в межах корпоративних культур, але у нашому дослідженні

ми будемо використовувати лише ті, які більшою мірою стосуються саме аспектів міжособистісних відносин [Тромпенаарс, Хэмпден-Тернер, 2004, с. 66-67]:

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

Тож почнемо з розрізнення відносин на універсалістські та партикуляристські.

У межах культур, яким притаманні універсалістські погляди, члени організації вибудовують свою діяльність відповідно до чітких, загально визнаних стандартів, навіть у випадках, коли б їх порушення не призвело до якихось поганих наслідків, дотримання правил залишається беззаперечним. Усі відносини співпраці універсалісти завжди узгоджують детальними, вичерпними контрактами, яким планують з точністю до дрібниць слідувати. У своїх судженнях до інших працівників вони також притримуються стандарту, що до кожного, хто підпадає під одне і те ж правило, потрібно ставитися однаково [Тромпенаарс, Хэмпден-Тернер, 2004, с. 71-72].

Представники партикуляристської корпоративної культури, у свою чергу, роблять все із точністю до навпаки. Вони схильні робити постійні винятки із правил, орієнтуються лише на поточні події, діють за ситуацією. Для них є дуже важливим налагодження контакту із партнерами, при підписанні контракту вони витратять купу часу лише на обговорення, щоб вибудувати людяні, добрі стосунки із партнером замість роботи над умовами співпраці, бо цей контракт сприймається ними лише як рамки для панування міжособистісних відносин. Приймаючи якісь важливі робочі рішення, партикуляристи також орієнтуватимуться на своє особисте ставлення до працівників, вони схильні покладатися в таких справах саме на людські якості інших, тобто «якщо хтось там мені друг, я можу йому довіряти, він ніколи не підведе» [Тромпенаарс, Хэмпден-Тернер, 2004, с. 71-72].

Тож за цим критерієм можна виділи деякі індикатори вимірювання соціальних відносин як складової корпоративної культури: (1) важливість

особистих контактів із партнерами, (2) підґрунтя для формування ставлення до колег чи підлеглих.

У наступній парі видів соціальних відносин у корпоративній культурі індивідуалізм характеризується орієнтацією індивідів у першу чергу на самих себе. Працівники-індивідуалісти звикли досягати усіх цілей самі, працювати над виконанням завдань самостійно і самостійно потім нести відповідальність за виконану роботу, у разі якихось помилок, покарання отримують також лише одноосібні винуватці. В індивідуалістських корпоративних культурах також віддається перевага відправці на переговори одного представника, який в праві на місці самостійно приймати усі рішення від імені організації. Індивідуалізм в такій культурі проявляється у всіх аспектах не лише праці, а й відпочинку: працівники зазвичай їздять відпочивати парами або навіть самостійно [Тромпенаарс, Хемпден-Тернер, 2004, с. 109-120]. Колективізм, у свою чергу, спрямований на спільні інтереси та цілі колективу, його члени схильні працювати над усіма завданнями разом, вони ставлять перед собою спільні цілі і спільно їх досягають, так само у разі помилки когось із команди, відповідальність за наслідки нестимуть усі разом, і це не примус, а сам собою зрозумілий факт. У випадках, коли на переговори потрібно відправити представника від організації, колективістська компанія відправить декількох працівників, які для того, щоб прийняти якісь рішення, будуть довго радитися між собою і тільки знайшовши компроміс, який задовольнить кожного без винятку, зможуть прийняти рішення. Вони настільки звикли робити все разом, що навіть на відпочинок віддадуть перевагу поїхати всім колективом, адже разом працювали – разом і сили відновлювати [Тромпенаарс, Хемпден-Тернер, 2004, с. 109-120].

Тож в рамках цього критерію можна виділити наступні індикатори для вимірювання типу корпоративної культури: (1) орієнтація людського ресурсу в процесі праці, (2) спосіб виконання завдань та понесення відповідальності за помилки, (3) спосіб представництва в переговорах, (4) компанія для відпочинку.

І останнім критерієм, за яким ми будемо досліджувати міжособистісні відносини у корпоративній культурі, є пара «deskрипція (досягнення) та аскрипція

(приписування)». Дескриптивні соціальні відносини базуються на досягнутому статусі працівника, він стосується вчинків людини, тобто на нашу про неї думку впливають, перш за все, її успіхи та досягнення у роботі. Для цих відносин нехарактерне використання звань чи титулів, адже зовсім не вони є підставою для високої позиції в організації. Менеджерами високої ланки можуть бути будь-які працівники, які заслужили цього своєю працею та досвідом, вони можуть бути різного віку та різної статі [Тромпенаарс, Хэмпден-Тернер, 2004, с.209-210].

Для аскриптивних соціальних відносин характерна орієнтація на приписаний статус, тобто той, яким наділяється індивід через володіння яким-небудь значимим статусним атрибутом. Він також здебільшого стосується того, ким є людина і може також формуватися на основі вікових, статевих, професійних, освітніх ознак, зв'язках у суспільстві. У такому типі культури вітається щедre використання титулів та звань, які ще раз підкреслюють статус працівника в організації. А досягти цього високого статусу зазвичай вдається не всім, а лише тим, хто підходить під певні критерії за віком, статтю, освітою тощо. Зазвичай менеджерами високого ранку щастить стати чоловікам середнього віку, які мають відповідну для цього кваліфікацію [Тромпенаарс, Хэмпден-Тернер, 2004, с.209-210].

Тож можна виділити наступні індикатори за цими критеріями: (1) підстави для наділення високим статусом, (2) наявність соціальних нерівностей.

Усі ці типи відносин, залежно від своєї специфіки, можуть бути більше чи менше орієнтованими на соціально відповідальне ведення діяльності як відносно внутрішньої, так і зовнішньої соціальної відповідальності, тому по-різному впливатимуть на соціально орієнтовану організаційну ефективність – саме це стає об'єктом нашого наукового інтересу. Тож окресливши деякі орієнтири для вимірювання зв'язку корпоративної культури із організаційною ефективністю, можна приступати до планування самого дослідження (див. додаток А).

Висновок до розділу

Окрім постановки певних економічних цілей та діяльності, спрямованої на їх досягнення, що є основною причиною створення та функціонування різноманітних підприємств та фірм, керівництво повинно пам'ятати, що їх дітище є частиною соціальної системи, єдиного суспільства, яке вимагає відгуку на задоволення своїх потреб та запитів. Саме тому організаційну ефективність у її соціальних проявах ми пропонуємо розглядати з точки зору корпоративної соціальної відповідальності.

Дуже тісним є зв'язок корпоративної культури та соціальної відповідальності, адже формування першої необхідно здійснювати на засадах відповідальності усіх учасників процесу виробництва перед тими, кого ця діяльність безпосередньо чи опосередковано торкається. Ці два явища у комплексі роблять організацію як соціально, так і економічно ефективною.

За різними аспектами реалізації корпоративну соціальну відповідальність також можна поділити на зовнішню та внутрішню. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність стосується відносин власників та керівництва із працівниками організації. Вона спрямована не лише на дотримання законодавчих норм працевлаштування, юридичних та правових аспектів управління персоналом, а більшою мірою проявляється у добровільному відгуку організації на соціальні проблеми своїх працівників.

Саме цей аспект організаційної ефективності ми й будемо досліджувати у цій роботі. Адже цінності, закладені в корпоративній культурі, визначатимуть характер потреб працівників організації та відповідні пріоритетні заходи, які могли б ці потреби задовольнити.

У дослідженні організаційна ефективність розглядатиметься із точки зору системного підходу, який описувався у першому розділі.

Із наведених у попередньому розділі типологій корпоративної культури видно, що міжособистісні відносини займають у цій культурі дуже важливе місце, адже саме вони визначають особливості взаємодій працівників та соціально-

психологічного середовища їх діяльності. Тому роль міжособистісних відносин у забезпеченні ефективності праці є досить цікавою для вивчення.

Ф. Тромпенаарс та Ч. Хемпден-Тьорнер виділяють п'ять пар критеріїв для розрізнення соціальних відносин в межах корпоративних культур, три з яких ми будемо використовувати у нашому дослідженні. Це наступні критерії:

4. універсалізм – партикуляризм;
5. індивідуалізм – колективізм;
6. дескрипція (досягнення) – аскрипція (приписування).

РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ ДАНИХ РОЗВІДУВАЛЬНОГО ЕМПІРИЧНОГО СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПЕРЕВІРКА ЙОГО НАДІЙНОСТІ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ МЕТОДИКИ КАМЕРОНА-КУЇНА

3.1. Аналіз даних розвідувального емпіричного соціологічного дослідження зв'язку корпоративної культури організації зі сприйняттям її працівниками доцільності заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності

Нами були проаналізовані результати розвідувального емпіричного соціологічного дослідження, проведеного за участі трьох організацій – компаній «Axon Partners», «Фактум Груп Україна» та кафедри англійської філології та міжкультурних комунікацій ННІФ КНУ ім. Т. Шевченка. Аналіз проводився відповідно до завдань та гіпотез, поставлених при розробці програми соціологічного дослідження (див. додаток А), та з використанням пакету для аналізу статистичних даних «SPSS».

Найпершим результатом нашого аналізу стало розуміння того, які заходи внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності найчастіше впроваджують у досліджуваних компаніях. Цей показник був врахованим на основі питання про задоволеність впровадженням різноманітних заходів внутрішньої корпоративної відповідальності, яке передбачало варіант відповіді, що захід «відсутній / не впроваджується». Це дало змогу обрахувати, який саме відсоток респондентів говорить про те, що деякі заходи є менш поширеними та популярними для впровадження. Якщо ж респондент оцінював захід будь-якою із оцінок шкали, це було підставою вважати, що захід впроваджується незалежно від задоволеності респондентом цим процесом. Тож на рисунку Б.1. (див. додаток Б) бачимо, що найчастіше впроваджуваними виявилися заходи гнучкої системи зайнятості та відпусток (100%), забезпечення захисту життя та здоров'я працівників (98%), відсутність дискримінації в практиці найму на роботу та при кар'єрному просуванні (94% та 92% відповідно), забезпечення можливості постійного навчання працівників (92%). Трохи менш популярними виявилися

заходи з інформування працівників в області соціальної відповідальності (74%), організація відпусток усім колективом (74%) та заходи, що даватимуть можливість трудової реалізації представникам вразливих груп (64%). Найменш популярним заходом виявилось допомога працівникам із отриманням тимчасового чи постійного житла (52%). Тобто в топі знаходяться ті заходи, які стосуються сімейних цінностей, здоров'я, навчання, запобігання дискримінації, які є більш буденними та нагальними, другорядні місця займають заходи, пов'язані із соціальною відповідальністю, а проблемою, яку організації вирішують найрідше із запропонованого списку, незважаючи на свою гостру актуальність, виявилася проблема житла.

Наступним кроком стало визначення типів корпоративних культур досліджуваних організацій. Цей процес потребував створення нових змінних, де кожному респонденту присвоювалися 3 нові значення, які відповідали певному типу культури за трьома параметрами. Присвоєння відповідних певному типу культури значень базувалося на кількості відповідей на групи запитань із полярними відповідями, які були спрямовані на визначення приналежності до одного із полярних типів культур. Далі за цими значенням будувалися описові статистики, які й показували, які типи виявилися домінуючі у кожній із досліджуваних організацій. Під час цього процесу було знайдено проміжний тип культури за параметром «партикуляризм-універсалізм», тобто респонденти відповідали на питання так, що не можна було однозначно віднести їх до одного із цих типів культур, тому було прийнято рішення для таких респондентів ввести проміжний тип. Тож, як можна побачити на рисунках Б.2., Б.3. та Б.4. (див. додаток Б), домінуючими типами культур компаній «Axon Partners» та «Фактум Груп Україна» виявилися проміжна між партикуляристською та універсалістською, колективістська та дескриптивна типи культур; кафедра англійської філології та міжкультурних комунікацій – проміжна між партикуляристською та універсалістською, індивідуалістська та дескриптивна типи культур. Виходячи із обставини, що проміжна культура виявилася домінуючою у всіх трьох організаціях, можемо припустити, що для культури

нашого суспільства, яка чинить значний вплив і на корпоративні культури, більшою мірою характерна саме така проміжна позиція, де без особистих відносин важко будувати співпрацю та заведено ставитися до всіх однаково і нікого не виділяти («Ахон Partners», «Фактум Груп Україна», кафедра англійської філології) або ж протилежна ситуація, де деякі працівники вважають, що їх співпраця базується здебільшого на формальних відносинах, а в колективі прийнято більше довіряти та краще ставитися до тих, кого краще знають (кафедра англійської філології). Також можемо побачити, що всі досліджувані компанії є прихильниками рівності працівників на робочому місці та поваги до колег лише на основі їх досягнень, про що свідчить їх належність до дескриптивного типу культури.

Після визначення типів культур, пробуємо знайти взаємозалежності між ними та частотою впровадження заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності. Для цього використовуємо коефіцієнт кореляції Пірсона в «SPSS». Отримуємо результат, який свідчить, що на 95-відсотковому рівні значущості існує негативна кореляція середньої сили (-0,332*), тобто певна залежність між параметром культури «індивідуалізм-колективізм» та частотою впровадження заходу забезпечення житлом, а саме в індивідуалістичній культурі частіше впроваджується цей захід, тоді як в колективістській – рідше. Індивідуалістську культуру має досліджувана кафедра англійської філології, тому цей результат можна пояснити відомим фактом, що освітні організації і КНУ ім. Шевченка зокрема, займаються забезпеченням житлом своїх викладачів, тоді як для звичайних комерційних компаній, у яких частіше пануватиме колективістська культура, цей захід є менш поширеним.

Далі переходимо до описового аналізу задоволеності впроваджуваними заходами внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності. За цією ознакою будуюмо графіки з результатами по всім респондентам та окремо по респондентам кожної з досліджуваних компаній (див. додаток Б, рис. Б.5., Б.6., Б.7. та Б.8.). Для кожного заходу обраховуємо середні значення оцінок. Для більш

компактного зображення результатів будемо графіки на основі середніх (див. рис. 3.1.).



Рисунок 3.1. Задоволеність впроваджуваними заходами внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності на основі середніх значень оцінок

Джерело: побудовано авторками

Також із використанням можливостей програмного забезпечення «ОСА» перевіряємо нульову гіпотезу про рівність середніх значень загальної оцінки кожного із заходів усіма респондентами та представниками кожної з досліджуваних компаній. Спростовуємо цю гіпотезу та пропонуємо альтернативну для таких заходів у компанії «Axon Partners» як відсутність дискримінації у практиці найму на роботу та при кар'єрному просуванні, забезпечення гнучкою системою зайнятості та відпусток, забезпечення можливостями підвищення кваліфікації та постійного навчання, а також організація відпочинку усім колективом. Ці заходи в компанії «Axon Partners» мають статично значуще вищу оцінку своїми працівниками, ніж серед усієї вибіркової сукупності загалом. Також нульова гіпотеза про рівність середніх була спростована для заходів кафедри англійської філології, де забезпечення гнучкою системою зайнятості та відпусток, а також забезпечення захисту здоров'я працівників оцінено її працівниками статистично значуще нижче, ніж усієї вибірковою сукупністю. Загальні середні оцінки всіх інших заходів можуть

вважати відносно рівними із оцінками заходів працівниками окремих компаній. Тож такі результати дають розуміння, що базові заходи внутрішньої соціальної відповідальності реалізовується компанією «Axon Partners» краще, ніж всіма досліджуваними компаніями загалом. Тоді як на кафедрі англійської філології оцінки заходів забезпечення здоров'я та гнучкого графіку є нижчими за середній рівень.

Аналогічним способом оформлюємо результати за ознакою необхідності у працівників впровадження запропонованих заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності. Будуємо графіки із відсотковим розподілом оцінок необхідності серед усієї вибіркової сукупності та окремо серед працівників кожної досліджуваної компанії (див. додаток Б., рис. Б.9., Б.10., Б.11. та Б.12.). Також обраховуємо середні значення та отримуємо графік на їх основі (див. рис. 3.2.).



Рисунок 3.2. Необхідність впровадження заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності на основі середніх значень оцінок

Джерело: побудовано авторками

Статистично значуще вищу оцінку необхідності, ніж середній результат у всій вибірковій сукупності, має захід відсутності дискримінації у практиці найму на роботу компанії «Axon Partners». Усі інші оцінки необхідності за окремими компаніями знаходять на рівні із загальним середнім результатом. Із графіку видно, що заходи поділяються на 2 групи – високої необхідності, до якої входять

заходи запобігання дискримінації, забезпечення гнучкого графіку, можливості постійного навчання та захисту здоров'я працівників, тобто ті, які забезпечують першочерговий комфорт на робочому місці. Друга група складається із заходів, які є менш бажаними для впровадження, сюди входять навчання у області соціальної відповідальності, організація спільних відпусток, можливість трудової реалізації представників вразливих груп та забезпечення житлом, лише для працівників кафедри англійської філології останній захід відноситиметься до групи більш необхідних заходів та є статистично значуще більш необхідним, ніж для всієї вибіркової сукупності. Тобто здебільшого заходи, які є соціально, а не особисто значущими для працівників, є менш для них бажаними, що свідчить про їх не дуже високу соціально відповідальну залученість та орієнтованість самих організацій на вирішення актуальних соціальних проблем.

Якщо співставити середні оцінки задоволеності певними заходами та необхідності у їх впровадженні за тим же методом порівняння середніх, то бачимо, що компанія «Axon Partners» не має ніяких статистично значущих відмінностей між середнім рівнем задоволеності та необхідності. Компанія «Фактум Груп Україна» потребує деякого покращення впровадження заходів постійного навчання та підвищення кваліфікації, а також організації відпусток усім колективом. Кафедра англійської філології потребує суттєвого покращення впровадження заходів забезпечення захисту здоров'я, постійного навчання, гнучкого графіку та забезпечення житлом. Саме для цієї організації забезпечення житлом є найбільш актуальним у порівнянні із двома іншими, адже викладачами часто стають студенти у минулому, які переїхали з інших міст, тому не мають власного житла у місті, де працюють. Державні ж освітні заклади не мають такого фінансування, щоб забезпечити цю потребою повною мірою та з бажаними умовами, саме тому це питання тут є досить гострим, середня оцінка задоволеності цим заходом досить низька, а потреба – висока. Хоч цей захід низько оцінений і іншими двома організаціями, але там і потреба у ньому є нижчою, бо працівники комерційних організацій знаходяться у інших обставинах.

Маючи визначені типи культур організацій та рівні задоволеності і необхідності заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності, проведемо кореляційний аналіз за цими ознаками. Аналіз показав, що існує статистично значущий позитивний зв'язок між параметром типів культур «партикуляризм-універсалізм» та заходом захисту здоров'я працівників (0,358*), тобто культури, які тяжіють до універсалізму, будуть частіше задоволеними захистом здоров'я працівників, а ті, які тяжіють до партикуляризму, – задоволені рідше. Припускаємо, що це можна пояснити саме специфікою цих типів культур, адже універсалізм передбачає чітке планування та слідування правилам, тоді як партикуляристи схильні більше діяти по ситуації, що деякою мірою може заважати їм потурбуватися про всіх працівників загалом, а не звертати увагу лише на тих, кого вони добре знають.

Знайдено також і декілька взаємозалежностей між рівнем задоволення впроваджуваними заходами та типами культур за параметром «індивідуалізм колективізм» – колективісти частіше задоволені заходом запобігання дискримінації у практиці найму на роботу (0,303*) та заходом захисту здоров'я працівників (0,438**), тоді як індивідуалісти задоволені рідше. Колективізм характеризується прихильністю до роботи в команді, згуртованістю, тому припускаємо, що це допомагає їм цінувати та піклуватися про кожного працівника, незалежно від його віку чи статі, відразу давати йому відчуття команди та поваги до кожної особистості. Індивідуалістська культура ж є більш відчуженою, у ній кожен піклуватиметься сам про себе і шукатиме особистісні вигоди для розвитку, тому якісь упереджені ставлення та менший фокус на соціальні гарантії можуть бути не виключеними. До цього ж пояснення відноситимуться і ще два заходи, з якими корелюють ці типи культури – забезпечення постійного навчання (0,295*) та гнучкого графіку працівників (0,550**). У колективістській команді цінні знання та вміння кожного працівника, тому його навчання буде чудовою інвестицією, і разом з цим радими будуть поділитися досвідом старші колеги. Близькі колективістській культурі і сімейні

цінності, тому це допомагає забезпечувати працівникам гнучку систему відпусток та лояльне формування робочого графіку.

Пошук зв'язків із наступним параметром культур «дескрипція-аскрипція» теж свідчить про більшу лояльність одного із типів культур до своїх працівників. Існує статистично значущий негативний зв'язок між цим параметром та заходами запобігання дискримінації у практиці найму на роботу (-0,280*), забезпечення захисту здоров'я (-0,435**) та формування гнучкого графіку (-0,403**). Тобто рівність, яка панує у дескриптивній культурі, дає їй змогу формувати більш комфортне середовище для працівників, не виділяти нікого за певними атрибутами (віку, статі, освіти), забезпечувати кожному працівнику гідні умови праці.

Далі переходимо до кореляційного аналізу рівня необхідності заходів та типів культур. Знаходимо декілька статистично значущих взаємозв'язків за параметром «партикуляризм-універсалізм» – позитивний зв'язок із заходами запобігання дискримінації при кар'єрному просуванні (0,356*) та забезпечення захисту здоров'я працівників (0,323*). Універсалістські культури більше потребуватимуть цих заходів, адже їм характерне однакове ділове ставлення до всіх працівників, запобігання дискримінації буде для них більш важливим, ніж для партикуляристів, яким зручніше налагоджувати окремі тісні контакти та ставитися до працівників на їх основі. Задоволеність захистом здоров'я універсалістів є вищою і необхідність у цьому заході так само вищою, ніж у партикуляристів, тому тут потреба і спосіб її реалізація та сприйняття працівниками є досить узгодженими та свідчать про успішну реалізацію цього заходу в універсалістських культурах. Негативну статистично значущу кореляцію тип культури має із заходом забезпечення житлом (-0,315*), тобто працівники партикуляристської культури більше потребуватимуть впровадження цього заходу, ніж універсалістської. Цей захід виявився досить специфічним, адже після детального розгляду даних, ми можемо припустити, що його потреба залежить ще й від сфери праці працівників, як от виходить у нашому випадку. Із усіх трьох досліджуваних організацій найбільший відсоток партикуляристської культури

(хоча й не домінуючий) є серед працівників кафедри англійської філології і саме серед них – найбільша потреба у забезпеченні житлом із причин, які вже були описані вище. Тому припускаємо, що цей захід є чутливим до сфер діяльності організацій і саме тому ми бачимо його позитивну кореляцію із партикулярною культурою, яка більше притаманна досліджуваній організації, де житло є значною потребою.

Схожа ситуація суперечливої кореляції спостерігається і з параметром культур «індивідуалізм-колективізм». Кореляція показує, що частіше забезпечення житлом необхідне індивідуалістській культурі (-0,332*), яка знову-таки характерна кафедрі англійської філології.

За іншими заходами та параметрами типів культур статистично значущих взаємозалежностей не було знайдено. Ми не можемо знати напевно, як могли вплинути на опитування умови, в яких воно проходилося, адже це вже було після початку повномасштабної війни в Україні. Можемо лише припустити, що ці обставини могли «притуплювати» потреби респондентів, адже психологічно та морально важкі умови війни часто не дають нам вільно усвідомлювати та висловлювати свої справжні бажання, які могли б бути більш явними у мирні часи.

Тож зрозуміло, що на задоволеність та необхідність впровадження певних заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності абсолютно не виключеними є різноманітні обставини, які врахувати ми не можемо. Але спробували врахувати хоча б зв'язки із деякими соціально-демографічними характеристиками, такими як стать, вік та сімейний стан. Тож виявили декілька наступних зв'язків рівня задоволеність впровадженням заходів із ознакою «стать»: існує статистично значуща негативна кореляція ознаки із заходом захисту здоров'я працівників (-0,307*) та формування гнучкого графіку (-0,305*). Чоловіки частіше задоволені впровадженням цих заходів, тоді як жінки – рідше. Можна це пояснити тим, що традиційні сімейні цінності, які здебільшого досі панують в українському суспільстві, покладають на жінок більше навантаження, тому вони можуть мати більше проблем зі здоров'ям, і це формуватиме меншу

задоволеність у тому, як організація сприятиме його підтримці. Оскільки здебільшого жінки піклуються про дітей, які можуть часто хворіти, вони частіше стикаються із проблемою формування гнучкого графіку, тому й задоволеність доступністю вирішення цієї проблеми буде нижчою. Кореляції цієї ознаки із оцінкою необхідності впровадження заходів не виявлено, тому бачимо, що незалежно від статі, і чоловіки і жінки однаково потребуватимуть чи не потребуватимуть певних заходів.

Виявлено також декілька зв'язків ознаки «вік» із оцінками задоволеності впровадження заходів. Бачимо негативну статистичну значущу кореляцію із заходами забезпечення захисту здоров'я працівників (-0,381**), можливості для постійного навчання (-0,359*) та формуванням гнучкого графіку (-0,464**). Працівники старшого віку є менш задоволеними впровадженням цих заходів, ніж працівники молодшого віку. Це може пояснюватися тим, що люди старшого віку мають більше проблем зі здоров'ям, тому захід його захисту буде для них більш актуальним та відчутним, а якщо із ним є певні проблеми, на задоволеність старших людей це вплине швидше та більш явно. Менша задоволеність людей старшого віку забезпеченням можливості постійного навчання, може спричинятися їх меншою діджитальністю, адже молодші покоління більш пристосовані до нових технологій, які дають дуже широкі можливості для постійного навчання, тоді як у старших людей із цим можуть виникати певні труднощі. Якщо говорити з точки зору компанії, припускаємо, що вони можуть частіше вкладатися в навчання молодших фахівців, вважаючи їх більш перспективними, бо це нове, просунуте покоління, тому вони відчуватимуть на собі захід забезпечення навчанням більш позитивно, ніж старші працівники. Тобто тут мова вже буде йти про певну латентну дискримінацію, яку працівники старшого віку просто не розглядатимуть із такої точки зору, тому це не виражається ще й на меншій задоволеності заходами запобігання дискримінації. Менша задоволеність старших людей можливістю формування гнучкого графіку може бути пояснена їх більшою залученістю до сімейного життя, більшою кількістю домашніх справ та обов'язків. Зараз існує тенденція до підвищення

середнього віку створення сім'ї, молоді люди прагнуть приділяти більше часу роботі, самореалізації, а сім'ю відкладають на пізніші часи, тому можуть більше віддаватися своїй професії, через що менше звертати увагу на проблеми формування гнучкого графіку.

Пошук зв'язків між віком та необхідністю впровадження певних заходів показав, що існує позитивний статистично значущий зв'язок із заходом забезпечення житлом. Старші люди частіше потребуватимуть цього заходу. Якщо подивитися віковий розподіл між досліджуваними організаціями, бачимо, що люди старшого віку переважають на кафедрі англійської філології, тому бачимо ту ж закономірність, що і з типами культури, тут вплив може здійснювати саме тип та специфіка організації. Окрім цього можемо припустити, що вища потреба людей старшого віку у забезпеченні трудовою організацією житлом, може бути спричинена певною ностальгією за радянськими часами, коли такий захід проводився на державному рівні і його реалізація відбувалася більш успішно. Молоде ж покоління не встигло оцінити всі ці «блага», тому й меншою мірою розраховує на когось у вирішенні житлового питання.

Ознака сімейного стану не показала жодних зв'язків із задоволеністю чи необхідністю заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.

Отже, аналіз даних проведеного розвідувального емпіричного дослідження показав, що існують певні зв'язки між типами корпоративної культури заходами, якими їх члени будуть більше задоволені та яких більше потребуватимуть. Існує також і зв'язок задоволеності та необхідності із деякими соціально-демографічними характеристиками. Кількісне дослідження дає нам базове розуміння ситуації і настановує на те, що багато причин та пояснень такої поведінки респондентів залишаються лише припущеннями, тому в подальшому варто шукати більш глибокі причинно-наслідкові зв'язки із використанням якісних методів збору соціологічних даних. Також для подальшого вивчення та роздумів матимемо обґрунтування зв'язку національної культури із типами корпоративної культури та специфіки організацій із бажаними серед її працівників заходами внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.

3.2. Перевірка надійності проведеного дослідження із використанням методики оцінки профілю корпоративної культури Камерона-Куїна

У цій роботі нами було проведене розвідувальне емпіричне соціологічне дослідження для пошуку зв'язку типу корпоративної культури організації зі сприйняттям її працівниками доцільності впровадження заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності. Для того, щоб перевірити надійність використаного інструментарію, ми вирішили провести оцінку профілю організаційної культури однієї із організацій, яка брала участь у дослідженні, за вже перевіреною, універсальною методикою OCAI Камерона-Куїна.

Методика OCAI (Organizational Culture Assessment Instrument) призначена для оцінки профілю організаційної культури за шістьма ключовими вимірами, що дозволяє визначити її місце серед чотирьох типів культур. Оцінка відбувається із використанням опитувальника, у якому до кожного із 6 вимірів пропонуються описи різних типів культур. Кожний опис потрібно оцінити використовуючи 100 балів, а саме – розподілити їх між ними, найбільшу кількість ставити найбільш притаманному оцінюваній організації опису, а менш притаманним, відповідно, менше. Далі по усім описам, які стосуються певного типу культури, обраховується середнє значення, культура із найвищим середнім значенням є домінуючою у оцінюваній організації. Ця методика дає можливість оцінити схожим чином ще й бажану, майбутню організацію, щоб потім порівняти і зрозуміти, у якому напрямку потрібно працювати для досягнення цього бажаного типу культури [Камерон, 2001: 51-60].

Для наглядного зображення результатів оцінок автори методики пропонують використовувати рамкову конструкцію конкуруючих цінностей. Вона має вигляд графіку із двома осями, на кінцях який знаходяться конкуруючі цінності, їх різні комбінації на чвертях графіка відображають цінності чотирьох типів культур (рис. 3.3).

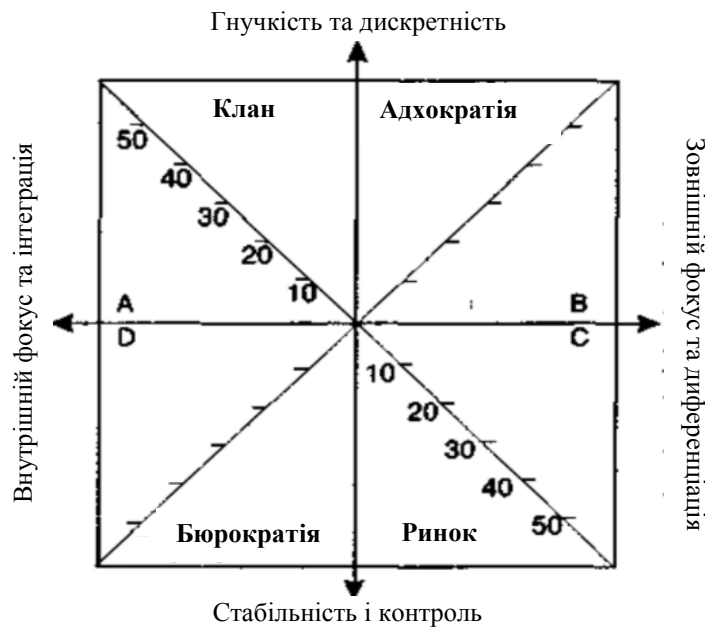


Рисунок 3.3. Рамкова конструкція конкуруючих цінностей

Джерело: [Камерон, 2001: 67]

На цей графік наносяться результати оцінки організації за чотирма типами культур, і отриманий чотирикутних відобразатиме, наскільки вона тяжіє до того чи іншого типу зараз та який вигляд повинна мати у майбутньому, саме ці 2 фігури даватимуть розуміння, у який бік треба «витягувати» культуру, щоб вона набула бажаного вигляду.

Використовувати методикау ОСАІ можна лише відносно добре знайомої організації, тобто треба бути або її членом протягом тривалого періоду часу, або довго за нею спостерігати. Тому для оцінки була обрана компанія «Фактум Груп Україна», у якій ми працюємо. Оскільки оцінка проводиться однією людиною, результати можуть бути не позбавленими суб'єктивності. Тому для того, щоб нівелювати цей фактор, було запропоновано оцінити культуру компанії ще одному її члену. Бали, які були виставлені двома особами, що оцінювали, стосовно поточного та бажаного стану культури, відображені у таблицях 3.1, 3.2, 3.3 та 3.4.

Таблиця 3.1

Оцінка поточного стану культури авторкою роботи

Тепер	1	2	3	4	5	6	Середнє
A	45	50	40	40	45	25	40,8
B	25	30	30	35	35	25	30
C	25	10	15	20	15	25	18,3
D	5	10	15	5	5	25	10,8

Джерело: побудовано авторками

Таблиця 3.2

Оцінка бажаного стану культури авторкою роботи

Мета	1	2	3	4	5	6	Середнє
A	35	45	35	40	30	30	35,8
B	30	35	30	35	35	30	32,5
C	30	10	20	20	25	20	20,8
D	5	10	15	5	10	20	10,8

Джерело: побудовано авторками

Таблиця 3.3

Оцінка поточного стану культури іншим членом організації

Тепер	1	2	3	4	5	6	Середнє
A	40	35	40	35	30	25	34,2
B	35	30	35	35	25	25	30,8
C	15	5	15	20	25	25	17,5
D	10	30	10	10	20	25	17,5

Джерело: побудовано авторками

Таблиця 3.4

Оцінка бажаного стану культури іншим членом організації

Мета	1	2	3	4	5	6	Середнє
A	35	45	35	40	30	30	35,8
B	30	35	30	35	35	30	32,5
C	30	10	20	20	25	20	20,8
D	5	10	15	5	10	20	10,8

Джерело: побудовано авторками

Із обрахованих рейтингових оцінок організаційної культури видно, що в обох результатах найбільше балів набрала кланова культура – 40,8 або 34,2, яка виражає цінності у внутрішньому фокусі та інтеграції, а також гнучкості та дискретності, майже однаково – 30 і 30,8 балів має адхократична культура (гнучкість та дискретність, зовнішній фокус та диференціацію), 18,3 або 17,5 – ринкова (зовнішній фокус та диференціація, стабільність і контроль), а найменше набрала бюрократична культура – 10,8 або так само, як і попередній тип – 17,5 (стабільність і контроль, внутрішній фокус та інтеграція). Тож із оцінок видно, що вони хоч деякою мірою й відрізняють, але мають спільні тенденції та є достатньо схожими, щоб стверджувати, що результат знаходиться десь дуже близько до правильного.

Після нанесення цих результатів на рамкову конструкцію конкуруючих цінностей можна отримати графіки, зображені на рисунках 3.4 та 3.5.

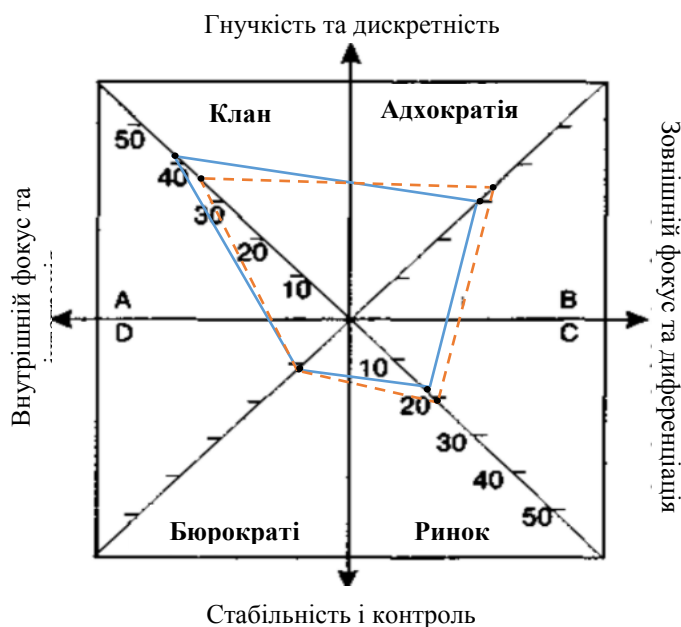


Рисунок 3.4. Профіль культури за результатами оцінки авторкою роботи

Джерело: побудовано авторками на основі [Камерон, 2001: 67]



Рисунок 3.5. Профіль культури за результатами оцінки іншим членом організації

Джерело: побудовано авторками на основі [Камерон, 2001: 67]

Діаграми чітко показують, що домінуючим профілем поточної організаційної культури є кланова. У праці Кемерона та Куїна цей профіль інтерпретується наступним чином: «Дуже дружнє місце роботи, де люди мають масу спільного. Організації схожі на великі сім'ї. Лідери чи голови організацій сприймаються як вихователі і, можливо, навіть як батьки. Успіх визначається в термінах доброго почуття до споживачів та турботи про людей» [Камерон, 2001: 105].

Тож для перевірки надійності інструментарію, який ми використовували у нашому дослідженні, спробуємо співставити результати двох оцінок. Дуже чітко кланова культура узгоджується із колективістським типом культури, адже колективізм характеризується спільністю інтересів працівників одного колективу, спільною діяльністю та відповідальністю за її результати, як і клан, де відносини ґрунтуються на довірі та відданості справі.

Ще один тип культури за іншим параметром, який притаманний компанії «Фактум Груп Україна» у нашому дослідженні, є проміжна культура між партикуляризмом та універсалізмом, розглянемо її за окремими індикаторами. Працівники компанії здебільшого стверджують, що відносини із колегами та

партнерами вибудовують на основі міжособистісних контактів і це якраз те, що панує у клановій культурі – споживачі у цій культурі виступають для компаній партнерами, працівники тісно між собою спілкуються, мають спільні інтереси. Наступним критерієм є підґрунтя для формування ставлення до колег чи підлеглих, і працівники компанії «Фактум Груп Україна» говорять, що здебільшого ставляться до усіх колег однаково, нікого не виділяють на основі кращого чи гіршого ставлення. Кланова культура не має такої ієрархічності, як ринкова чи бюрократична, але керівник для неї займає дуже важливу роль вихователя або навіть батька, тобто спостерігається глибока повага до лідера, але чіткої ієрархіє немає, всі працівники є рівноправними членами команди чи бригади, яка працює над спільними інтересами, тому цей індикатор теж добре співвідноситься із характеристиками кланової культури.

Близьким до цього є останній, визначений нами тип культури – дескриптивний. Він передбачає, що статус працівників базується лише на основі їх досягнень, і кожен має однакові шанси кар'єрного зростання, незалежно від віку чи статі, якщо добре працюватиме. Це співставляється водночас із згуртованістю та однаковою довірою до всіх працівників кланової культури, із тим, що менеджмент організацій із такою культурою базується на делегуванні обов'язків та особистісному розвитку кожного працівника, тому місця для будь-якої дискримінації там зовсім не залишається. Але також можна згадати і про другий за силою в компанії «Фактум Груп Україна» домінуючий тип культури Камерона-Куїна – адхократичний. Його особливістю є інноваційність, швидке реагування на зміни зовнішнього середовища, адаптація до швидкого вирішення будь-яких проблем та завдань. У такій культурі важливими є лише здібності працівників, їх креативність, вміння добре працювати, це найбільш сучасний тип культури, у якому стереотипи про авторитетність старшого віку чи певної статі давно відійшли в минуле. Саме тому, обидві домінуючі культури, отримані після оцінки за методикою Камерона Куїна, чудово співвідносяться також і з останнім, дескриптивним типом культури.

Отже, такий порівняльний аналіз показує, що наш інструментарій, хоч і далеко не ідеальний, але є наближеним до істини, адже його результати є за своєю суттю досить схожими із результатами оцінки перевіреної роками методики Камерона Куїна.

Висновок до розділу

У цьому розділі ми проаналізували результати проведеного розвідувального емпіричного соціологічного дослідження. Його результати показали, що частіше у організаціях впроваджуються заходи, які стосуються особистого комфорту працівників на робочому місці, це запобігання дискримінації, забезпечення захисту здоров'я, формування гнучкого графіку та постійного навчання. Тоді як більш соціального значущі заходи, такі як допомога трудової реалізації представникам вразливих груп, інформування у сфері соціальної відповідальності є рідше впроваджуваними та менше бажаними серед працівників.

Також ми визначили типи корпоративних культур досліджуваних організацій. Компанії «Axon Partners» та «Фактум Груп Україна» мають проміжну культуру між партикуляристською та універсалістською, колективістську та дескриптивну типи корпоративних культур. Кафедра англійської філології має проміжну культуру між партикуляристською та універсалістською, індивідуалістську та дескриптивну типи корпоративних культур.

Нами були знайдені декілька взаємозв'язків між типами культур та задоволеністю або необхідністю впровадження певних заходів:

- культури, які тяжіють до універсалізму, частіше задоволені захистом здоров'я працівників, а ті, які тяжіють до партикуляризму, – задоволені рідше:
- колективісти частіше задоволені заходом запобігання дискримінації у практиці найму на роботу, заходом захисту здоров'я працівників, забезпечення постійного навчання та гнучкого графіку працівників, тоді як індивідуалісти задоволені рідше;

- представники дескриптивної культури частіше задоволені заходами запобігання дискримінації у практиці найму на роботу, забезпечення захисту здоров'я та формування гнучкого графіку, ніж представники аскриптивної;

- універсалістські культури більше потребують заходів запобігання дискримінації при кар'єрному просуванні та забезпечення захисту здоров'я працівників.

Були також проаналізовані зв'язки задоволеності та необхідності впровадження певних заходів із деякими соціально-демографічними характеристиками, тож було з'ясовано, що:

- чоловіки частіше задоволені впровадженням заходів захисту здоров'я працівників та формування гнучкого графіку, тоді як жінки – рідше;

- працівники старшого віку є менш задоволеними впровадженням заходів забезпечення захисту здоров'я працівників, можливості для постійного навчання та формування гнучкого графіку, ніж працівники молодшого віку.

ВИСНОВКИ

Проаналізувавши інформацію, викладену вище, з метою обґрунтування наявності зв'язку корпоративної культури та організаційної ефективності, можна зробити наступні висновки:

- У залежності від спрямованості на різні аспекти організаційної ефективності, вона розглядаються з точки зору цільового, системного та вибіркового підходів.

- Однією із детермінант ефективності організації, якій приділяються велика увага у цій роботі, є *корпоративна культура*. Вона передбачає певні особливості правил поведінки, спілкування, діяльності працівників організації, їх цінностей та філософії, які й визначають особливості побудови їх співпраці.

- Типологізацією поняття «корпоративна культура» займалося чимало науковців і запропонувало при цьому багато різних підходів. У роботі вдалося описати підходи Ф. Тромпенаарса, Г. Хофстеде, Ч. Хенді, У. Оучі, К. Камерона та Р. Куїна, Ф. Лалу, М. Туленкова та О. Ковтуна.

- Організаційна ефективність була розглянута з точки зору досягнення соціальних цілей та місій, а саме через корпоративну соціальну відповідальність. Вибір системного підходу до розуміння організаційної ефективності також дав змогу охарактеризувати її крізь призму внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності як способу розвитку міцної внутрішньої структури організації.

- У розглянутих нами підходах до типологізації корпоративної культури міжособистісні відносини займали дуже важливе місце, тому саме на основі їх різновидів, запропонованих Ф. Тромпенаарсом та Ч. Хемпден-Тьорнером, були виділені деякі типи корпоративної культури: універсалістська – партикуляристська, індивідуалістська – колективістська, дескриптивна – аскриптивна.

- Як спосіб знаходження зв'язку міжособистісних відносин як складової корпоративної культури та організаційної ефективності, була розроблена

програма емпіричного соціологічного дослідження і запропонований відповідний інструментарій.

- Розроблений інструментарій був використаний для проведення розвідувального емпіричного соціологічного дослідження, де було з'ясовано, які саме заходила внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності впроваджуються частіше, а які рідше; було визначено типи культур досліджуваних організацій та перевірено наявність зв'язку між цими типами та задоволеністю і необхідністю впровадження певних заходів; було також перевірено наявність зв'язку соціально-демографічних характеристик із задоволеністю та необхідністю впровадження заходів.

Тож саме на підставі проаналізованої літератури та проведеного дослідження маємо уявлення про те, що тип корпоративної культури, який панує в певній організації та формує поведінку її працівників, має зв'язок із потребами працівників у певних заходах корпоративної соціальної відповідальності. Це знання може бути також корисним для керівництва організацій, для яких існує загроза почати впровадження тих заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності, які насправді не будуть сприйматися працівника через суперечність із особливостями корпоративної культури та міжособистісними відносинами в їх межах.

Тому розуміння таких залежностей та наявність інструментів для їх вимірювання є дуже важливим, адже успішний розвиток внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності здатний також розвинути ідеї зовнішньої корпоративної відповідальності працівників та, як наслідок, спричиняти покращення організаційної ефективності в цілому. Тож усі напрацьовані знання в теоретичній та практичній частинах роботи стануть чудовим підґрунтям для початку планування більш глибокого етапу дослідження обраної тематики.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бауман З. Мыслить социологически: Учеб. пособие / Пер. с англ. под ред. А.Ф. Филиппова; Ин-т "Открытое о-во". - М.: Аспект-Пресс, 1996. - 255 с. - (Открытая книга - открытое сознание - открытое о-во. Progr. "Высш. образование"). - Пер. изд.: Bauman Z. Thinking sociologically. - Basil Blackwell, 1990.
2. Бондаренко О. Соціологічне визначення поняття «корпоративна культура». Нова парадигма. 2016. Вип. 130. С. 132-146. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nopa_2016_130_14
3. Вебер М. Бюрократия // Классики теории государственного управления: американская школа. Хрестоматия / Сост. Д. Шафритц, А. Хайд. М.: Зерцало, 2003. С. 56.
4. Гэлэгер Р. Душа организации / Ричард Гэлэгер, пер. с англ. – М.: Издательство «Добрая книга», 2006. – 352 с.
5. К. Камерон, Р. Куинн. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. — СПб: Питер, 2001. — 320 с.: ил. — (Серия «Теория и практика менеджмента»).
6. Корпоративная социальная ответственность: [учебник для бакалавров] / [Э. Коротков, О. Александрова, С. Антонов и др.]; под ред. Э. Короткова. Москва: Юрайт, 2013. 445 с.
7. Крамер И. Как управлять корпоративным племенем: Прикладная антропология для топ-менеджера / Итске Крамер, Даниэль Браун; Пер. с нидерл. – М.: Альпина Паблицер, 2020. – 406 с.
8. Лобза А.В., Карпук Д. Організаційна культура як елемент успіху компанії. Збірник матеріалів І міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 25 лют.- 1 бер. 2013 р. Дніпропетровськ-Жешув: зб. матеріалів. 2013. С. 136-141.
9. Медведева І. Типологія культурних вимірів г. Хофстеде. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку». Випуск 5– 2017. С. 30-35. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/5_2017_ukr/7.pdf

10. Мікловда В. П., Кубіній Н. Ю. Економіка праці й соціально-трудові відносини: Навчальний посібник. Ужгород: УжНУ, 2012. 282 с.
11. Панасенко Ю. А. Вплив міжособистісних відносин як складника корпоративної культури на організаційну ефективність / Ю. А. Панасенко, А. Ю. Тащенко // Актуальні проблеми філософії та соціології : Науково-практичний журнал. – 2021. - Вип. 30. - С. 71-77.
12. Паніотто В., Харченко Н. Методи опитування: підручник. Київ: Києво-Могилянська академія, 2017. 342 с.
13. Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения. *THESIS*. 1993. Вып. 2. С. 94-122.
14. 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.
15. Резник В. Теории социального порядка: особенности структурирования и преподавания по объяснительной схеме Дж. Коулмена. Социология: теория, методы, маркетинг. 2015. № 4. С. 174-201. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/crtmm_2015_4_13
16. 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. СПб.: Экономическая школа, 2000 — С.54—72 — 534с. URL: https://seinst.ru/files/vehi_2_simon_decision-making.pdf
17. Сорокин П. Социальная и культурная динамика. М.: Астрель, 2006.
18. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / [А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін.]; за заг. ред. д. е. н., проф. А. М. Колота. – К.: КНЕУ, 2015. – 519 с.
19. Стадник В. В., Йохна М. А. Менеджмент : навчальний посібник / Київ : Академвидав, 2003. 464 с.

20. Тромпенаарс Ф., Хэмпден-Тернер Ч. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса / Пер. с англ. Е. П. Самсонов. Минск: ООО «Попурри», 2004. 528 с.
21. 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. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stapttp_2014_64_5.
22. 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. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIFLO_2017_56_12
23. Hofstede, Geert (2011): "National Cultures, Organizational Cultures, and the Role of Management". In: F. González (Ed.): Values and Ethics for the 21st Century. Madrid: 459–81.
24. Laloux F. Reinventing organizations: A guide to creating organizations inspired by the next stage of human consciousness / Frederic Laloux. — Brussels: Nelson Parker, 2014. — 384 p.
25. Low, M. P. (2015). Corporate Social Responsibility and the Evolution of Internal Corporate Social Responsibility in 21st Century. Asian Journal Of Social Sciences And Management Studies, 3(1), 56-74.
26. Ouchi W. Theory «Z»: How American business can meet the Japanese challenge. Reading, MA: Addison-Wesley, 1981.
27. Souza, Eda Castro Lucas de, & Fenili, Renato Ribeiro. (2016). The study of organizational culture through practices: a proposal in the light of Bourdieu's legacy. Cadernos EBAPE.BR, 14(4), 872-890. <https://doi.org/10.1590/1679-395141183>.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

ПРОГРАМА СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ НА ТЕМУ «ЗВ'ЯЗОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗІ СПРИЙНЯТТЯМ ЇЇ ПРАЦІВНИКАМИ ДОЦІЛЬНОСТІ ЗАХОДІВ ВНУТРІШНЬОЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»

При написанні програми емпіричного соціологічного дослідження ми брали за основу підхід В. Паніотто та Н. Харченко до її структурування [Паніотто, Харченко, 2017].

Методологічний розділ

Проблема: нестача знань про зв'язок корпоративної культури із реалізованою в компанії та оціненою працівниками внутрішньою корпоративною соціальною відповідальністю, що ускладнює розуміння шляхів поліпшення трудового та позатрудового повсякденного життя працівників.

Об'єкт теоретичний: корпоративна культура в організаціях.

Об'єкт емпіричний: комерційні та некомерційні організації міста Києва: бірюзова компанія «Ахон Partners», компанія «Фактум Груп Україна», кафедра англійської філології та міжкультурних комунікацій ННІФ КНУ ім. Т. Шевченка.

Предмет: зв'язок корпоративної культури зі сприйняттям заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.

Мета: з'ясувати, яких саме заходів внутрішньої корпоративної відповідальності потребують працівники організацій залежно від типу соціальних відносин, який панує в їх корпоративній культурі.

Завдання:

1. Надати інтерпретацію та операціоналізацію понять щодо різновидів соціальних відносин, які лежать в основі корпоративних культур, та заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.

2. Зафіксувати відповіді працівників про те, які саме заходи внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності впроваджуються / не впроваджуються в їхніх організаціях.

3. Визначити типи корпоративної культури досліджуваних компаній.

4. Перевірити наявність зв'язку між типом корпоративної культури організацій та впроваджуваними в них заходами внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.

5. Встановити суб'єктивний рівень задоволеності працівників впровадженням заходів підтримки та покращення їхнього життя в організації.

6. Встановити суб'єктивну міру необхідності для працівників різних заходів підтримки та покращення їхнього життя в організації.

7. Перевірити наявність зв'язку між типом корпоративної культури організацій та суб'єктивними оцінками задовільності та необхідності впроваджуваних заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.

Таблиця А.1

Інтерпретація основних понять

Міжособистісні відносини як складова корпоративної культури	<i>Партикуляристські – універсалістські відносини</i>	
	(1) важливість особистих контактів із партнерами	
	(2) підґрунтя для формування ставлення до колег чи підлеглих	
	1. В центрі міжособистісні відносини.	1. В центрі формальні домовленості.
	2. Краще ставитися потрібно до тих, кого добре знаєш і на основі цього можеш їм довіряти.	2. До кожного, хто підпадає під одне і те ж правило, потрібно ставитися однаково.
	<i>Індивідуалістські – колективістські відносини</i>	
	(1) орієнтація людського ресурсу в процесі праці	
	(2) спосіб виконання завдань та понесення відповідальності за помилки	
	(3) спосіб представництва в переговорах	
	(4) компанія для відпочинку	
1. Орієнтація на себе.	1. Орієнтація на спільні інтереси та цілі колективу.	
2. Кожен працює окремо та індивідуально несе відповідальність за помилки.	2. Усі працюють в команді і всі разом несуть відповідальність за помилки.	
3. Представником обирається одна особа, яка самостійно може приймати рішення.	3. Для представництва обирається група працівників, яка буде радитися між собою та з керівництвом для прийняття рішення.	
4. Відпочинок парами або самостійно.	4. Відпочинок усім колективом.	
<i>Дескриптивні – аскриптивні відносини</i>		
(1) підстави для наділення високим статусом		
(2) наявність соціальних нерівностей		
1. Статус визначається досягненнями та здібностями людини.	1. Статус визначається на основі віку, статі, престижу освіти, соціальних зв'язків.	
2. Відсутня дискримінація по відношенню до працівників, адже важливими є лише їх професійні особливості.	2. Присутня дискримінація за ознаками статі, віку, не всі мають однакові шанси займати високі посади.	

Джерело: побудовано авторками на основі [Тромпенаарс, Хемпден-Тернер, 2004, с. 66-67]

Заходи внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності

(1) заходи внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності, які впроваджуються компанією	(2) задоволеність наявністю або запровадженням заходів корпоративної соціальної відповідальності	(3) рівень необхідності працівників у впровадженні певних заходів
<ul style="list-style-type: none"> - відсутність дискримінації в практиці найму на роботу; - відсутність дискримінації при кар'єрному просуванні; - забезпечення захисту життя та здоров'я працівників; - будівництво житла для працівників/допомога із його пошуком для винаймання/кредитування на його покупку; - забезпечення для працівників можливості для підвищення кваліфікації, постійного навчання; - повага до сімейних обов'язків працівників, зокрема гнучка система зайнятості та відпусток; - обґрунтовані заходи, що даватимуть можливість трудової реалізації представникам вразливих груп, таких як корінні представники місцевих спільнот, мігранти, люди з інвалідністю тощо; - організація відпусток та відпочинку усім трудовим колективом; - навчання та інформування працівників в області соціальної відповідальності. 		

Джерело: побудовано авторками на основі [Корпоративная социальная..., 2013, с. 140]

Операціоналізація основних понять

Індикатори	Питання в анкеті
1. Важливість особистих контактів із партнерами	1. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте? Побудова відносин із партнерами повинна базуватися на налагодженні особистісних контактів – 1 Побудова відносин із партнерами повинна базуватися лише на формальних домовленостях – 2
2. Підґрунтя для формування ставлення до колег чи підлеглих	2. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте? Краще ставитися потрібно до тих працівників, яких добре знаєш і на основі цього можеш їм довіряти – 1 До кожного працівника організації потрібно ставитися однаково, нікого не виділяти – 2
3. Орієнтація людського ресурсу в процесі праці	3. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте? У процесі праці потрібно орієнтуватися на особистісний розвиток – 1 У процесі праці потрібно орієнтуватися на дотримання колективних інтересів та досягнення колективних цілей – 2
4. Спосіб виконання завдань та	4. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте?

Індикатори	Питання в анкеті																																										
понесення відповідальності за помилки	Кожен повинен працювати окремо та індивідуально нести відповідальність за помилки – 1 Усім потрібно працювати в команді і разом нести відповідальність за помилки – 2																																										
5. Спосіб представництва в переговорах	5. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте? Для участі в переговорах з партнерами представником повинна обиратися одна особа, яка самостійно може приймати рішення – 1 Для участі в переговорах з партнерами потрібно обирати декількох працівників, які будуть радитися між собою та з керівництвом для прийняття рішення – 2																																										
6. Компанія для відпочинку	6. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте? Відпочинок потрібно організувати парами або самостійно – 1 Відпочинок потрібно організувати усім колективом – 2																																										
7. Підстави для наділення високим статусом	7. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте? Статус працівника в колективі визначається лише його досягненнями та здібностями – 1 Статус працівника визначається передусім на основі віку, статі, престижу освіти, соціальних зв'язків тощо – 2																																										
8. Наявність соціальних нерівностей	8. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте? У колективі всі мають однакові шанси кар'єрного просування, незалежно від статі, віку, престижу освіти, якщо добре працюватимуть – 1 У колективі кар'єрного просування заслуговують ті працівники, які займають вищу позицію за ознаками віку, статі, престижу освіти тощо – 2																																										
9. Заходи внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності, які впроваджуються компанією 10. Задоволеність наявністю або запровадженням заходів корпоративної соціальної відповідальності	9. Оцініть рівень своєї задоволеності наявністю або запровадженням кожного із запропонованих заходів у Вашій організації за шкалою від 1 до 5, де 1 – повністю не задоволений (-а), 5 – повністю задоволений(-а): <table border="1" data-bbox="491 1599 1417 1868"> <thead> <tr> <th></th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>Відсутній/не впроваджується</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>...</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		1	2	3	4	5	Відсутній/не впроваджується	1.							2.							3.							4.							...						
	1	2	3	4	5	Відсутній/не впроваджується																																					
1.																																											
2.																																											
3.																																											
4.																																											
...																																											

<i>Індикатори</i>	<i>Питання в анкеті</i>					
11. Рівень необхідності працівників у впровадженні певних заходів	10. Оцініть рівень необхідності кожного із перерахованих заходів особисто для Вас за шкалою від 1 до 5, де 1 – абсолютно не важливо, 5 – дуже важливо:					
	1	2	3	4	5	Важко відповісти
	1.					
	2.					
	3.					
	4....					

Джерело: побудовано авторками

Гіпотези:

1. У основі корпоративної культури досліджуваних організацій здебільшого лежать партикуляристські, індивідуалістські та дескриптивні типи соціальних відносин.
2. Здебільшого організаціями запроваджуються заходи по розвитку здібностей працівників та підвищення їх кваліфікації, заходи охорони здоров'я (медичного страхування), викорінення дискримінації при наймі та кар'єрному зростанні; меншою мірою впроваджуються заходи забезпечення працівників житлом, гнучкою системою зайнятості та відпусток, заходів навчання та інформування працівників в області корпоративної соціальної відповідальності.
3. Працівники частіше не задоволені впровадженням заходів підтримки та покращення життя співробітників в організації.
4. Працівники частіше говорять про високий рівень необхідності більшості заходів підтримки та покращення життя співробітників в організації.
5. Працівники, які належать до організації з:
 - дескриптивними соціальними відносинами – більшою мірою задоволені запровадженням заходів викорінення дискримінації при наймі та кар'єрному зростанні, постійного навчання та підвищення кваліфікації;
 - колективістськими соціальними відносинами – більшою мірою задоволені запровадженням заходів охорони здоров'я, навчання та формування гнучкого графіку;

- партикулярними соціальними відносинами – більшою мірою потребують запровадження заходів забезпечення гнучким графіком та відпустками, а також житлом.

6. Жінки та працівники старшого віку рідше задоволені заходами захисту здоров'я працівників та формування гнучкого графіку, а також частіше потребують впровадження цих заходів.

7. Одружені чи заміжні працівники та працівниці, а також ті, хто перебуває у фактичних шлюбних відносинах, рідше виявляють необхідність у відпочинку всіх колективом, ніж самотні працівники.

Процедурний розділ

Стратегічний план дослідження є описовим з елементами аналітичного. Він якраз дасть можливість не тільки описати особливості характеристики об'єкта дослідження, а виявити бажані залежності між ознаками.

Метод збору соціологічної інформації – інтернет-опитування за допомогою платформи «GoogleФорми».

Обґрунтування вибірки

Генеральна сукупність – люди, які на момент опитування є працівниками комерційних та некомерційних організацій міста Києва.

Вибіркова сукупність – респонденти, які на момент опитування є працівниками комерційних та некомерційних організацій міста Києва: працівники «бірюзової» компанії «Ахон Partners», компанії «Фактум Груп Україна» та кафедри англійської філології та міжкультурних комунікацій ННІФ КНУ ім. Т. Шевченка. Вибірка є спрямованою, стихійною, респондентами ставатимуть лише ті працівники, які після поширення посилання на GoogleФорму в межах обраних організацій виявлять бажання взяти участь в опитуванні. Використання цієї вибірки найкраще підійде для пілотажного, розвідувального дослідження за даною тематикою.

АНКЕТА

Шановний(-а) респонденте(-ко)!

Просимо Вас уважно прочитати запропоновані запитання та дати на них чесні відповіді. Ця інформація є дуже важливою для нашого дослідження на тему; «Зв'язок типу корпоративної культури організації зі сприйняттям її працівниками доцільності заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності», а Ваша думка зробить в нього суттєвий вклад. Опитування є абсолютно анонімним, а всі відповіді будуть використані для аналізу винятково в узагальненому вигляді.

- 1. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте?**

1. Побудова відносин із партнерами базується на налагодженні особистісних контактів	2. Побудова відносин із партнерами базується лише на формальних домовленостях
---	---

- 2. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте?**

1. Краще ставляться до тих працівників, яких добре знають і на основі цього їм довіряють	2. Працівники та керівництво ставляться до кожного з колеги чи підлеглих однаково, нікого не виділяють
--	--

- 3. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте?**

1. У процесі праці ми орієнтуємося на особистісний розвиток	2. У процесі праці ми орієнтуємося на дотримання колективних інтересів та досягнення колективних цілей
---	--

- 4. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте?**

1. У нашій компанії кожен(-на) працює окремо та індивідуально несе відповідальність за помилки	2. Ми всі працюємо в команді і разом несемо відповідальність за помилки
--	---

- 5. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте?**

- | | |
|---|--|
| <p>Для участі в переговорах з партнерами представником</p> <p>1. обирається одна особа, яка самотійно може приймати рішення</p> | <p>Для участі в переговорах з партнерами ми обираємо декількох працівників, які радяться між собою та з керівництвом для прийняття рішення</p> <p>2.</p> |
|---|--|

6. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте?

- | | |
|--|--|
| <p>Працівники їздять на відпочинок із сім'єю або самотійно</p> <p>1.</p> | <p>На відпочинок ми їздимо усім колективом</p> <p>2.</p> |
|--|--|

7. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте?

- | | |
|---|--|
| <p>Статус працівника в колективі визначається лише його досягненнями та здібностями</p> <p>1.</p> | <p>Статус працівника визначається передусім на основі віку, статі, престижу освіти, соціальних зв'язків тощо</p> <p>2.</p> |
|---|--|

8. Яке із наведених нижче тверджень Ви вважаєте більш притаманним для корпоративної культури організації, у якій Ви працюєте?

- | | |
|---|--|
| <p>У колективі всі мають однакові шанси кар'єрного просування, незалежно від статі, віку, престижу освіти, якщо добре працюватимуть</p> <p>1.</p> | <p>У колективі кар'єрного просування заслуговують ті працівники, які займають вищу позицію за ознаками віку, статі, престижу освіти тощо</p> <p>2.</p> |
|---|--|

9. Оцініть рівень своєї задоволеності наявністю або запровадженням кожного із запропонованих заходів у Вашій організації за шкалою від 1 до 5, де 1 – повністю не задоволений (-а), 5 – повністю задоволений(-а):

1. Відсутність дискримінації в практиці найму на роботу	1	2	3	4	5	Відсутній/не впроваджується
2. Відсутність дискримінації при кар'єрному просуванні	1	2	3	4	5	Відсутній/не впроваджується
3. Забезпечення захисту життя та здоров'я працівників	1	2	3	4	5	Відсутній/не впроваджується
4. Будівництво житла для працівників/допомога із його пошуком для винаймання/кредитування	1	2	3	4	5	Відсутній/не впроваджується

на його покупку						
5. Забезпечення для працівників можливості для підвищення кваліфікації, постійного навчання	1	2	3	4	5	Відсутній/не впроваджується
6. Повага до сімейних обов'язків працівників, зокрема, гнучка система зайнятості та відпусток	1	2	3	4	5	Відсутній/не впроваджується
7. Заходи, що даватимуть можливість трудової реалізації представникам вразливих груп, таких як корінні представники місцевих спільнот, мігранти, люди з інвалідністю тощо	1	2	3	4	5	Відсутній/не впроваджується
8. Організація відпусток та відпочинку усім трудовим колективом	1	2	3	4	5	Відсутній/не впроваджується
9. Навчання та інформування працівників в області соціальної відповідальності	1	2	3	4	5	Відсутній/не впроваджується

10. Оцініть рівень необхідності кожного із перерахованих заходів особисто для Вас за шкалою від 1 до 5, де 1 – абсолютно не важливо, 5 – дуже важливо:

1. Відсутність дискримінації в практиці найму на роботу	1	2	3	4	5
2. Відсутність дискримінації при кар'єрному просуванні	1	2	3	4	5
3. Забезпечення захисту життя та здоров'я працівників	1	2	3	4	5
4. Будівництво житла для працівників/допомога із його пошуком для винаймання/кредитування на його покупку	1	2	3	4	5
5. Забезпечення для працівників можливості	1	2	3	4	5

для підвищення кваліфікації, постійного навчання					
6. Повага до сімейних обов'язків працівників, зокрема, гнучка система зайнятості та відпусток	1	2	3	4	5
7. Заходи, що даватимуть можливість трудової реалізації представникам вразливих груп, таких як корінні представники місцевих спільнот, мігранти, люди з інвалідністю тощо	1	2	3	4	5
8. Організація відпусток та відпочинку усім трудовим колективом	1	2	3	4	5
9. Навчання та інформування працівників в області соціальної відповідальності	1	2	3	4	5

11. Вкажіть Вашу стать:

1. Чоловік
2. Жінка

12. Вкажіть Ваш вік (кількість повних років): _____

13. Вкажіть Ваш сімейний стан:

1. Одружений/заміжня
2. Перебуваю у фактичних шлюбних відносинах (спільному проживанні)
3. Неодружений/незаміжня
4. Розлучений/розлучена
5. Вдівець/вдова

Дуже дякуємо Вам за відповіді!

ГРАФІКИ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ



Рисунок Б.1. Частота впровадження заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності серед усіх респондентів, n=50



Рисунок Б.2. Розподіл типів культур за параметром універсалізм-партикуляризм

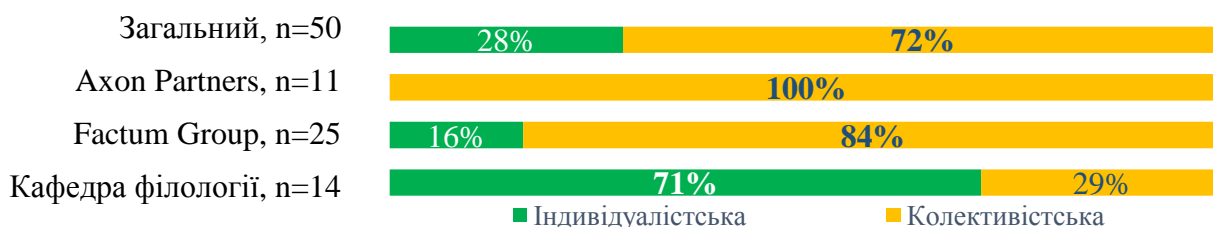


Рисунок Б.3. Розподіл типів культур за параметром індивідуалізм-колективізм



Рисунок Б.4. Розподіл типів культур за параметром дескрипція-аскрипція



Рисунок Б.5. Задоволеність впроваджуваними заходами внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності серед усіх респондентів, n=50



Рисунок Б.6. Задоволеність впроваджуваними заходами внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності у компанії Axon Partners, n=11



Рисунок Б.7. Задоволеність впроваджуваними заходами внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності у компанії Factum Group, n=25



Рисунок Б.8. Задоволеність впроваджуваними заходами внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності на кафедрі філології, n=14



Рисунок Б.9. Необхідність впровадження заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності серед усіх респондентів, n=50



Рисунок Б.10. Необхідність впровадження заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності у компанії Axon Partners, n=11



Рисунок Б.11. Необхідність впровадження заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності у компанії у компанії Factum Group, n=25



Рисунок Б.12. Необхідність впровадження заходів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності у компанії на кафедрі філології, n=14