

ПСИХОЛОГІЯ ПРАЦІ І ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

DOI 10.26565/2225-7756-2022-73-05

УДК 159.9(043)

Л.А. ВАРАВА (Варава Людмила Анатоліївна)

Кандидат психологічних наук,
провідний співробітник лабораторії екологічної психології
Інституту психології ім. Г. Костюка НАПН України
вулиця Панківська 2, Київ, Україна, 02000
<https://orcid.org/0000-0001-7677-0042>

e-mail: varava2233@gmail.com

Є.В. ДЕКАЛЮК (Декалюк Єлизавета Вадимівна)

СО Магістр, Маріупольський Державний Університет
вулиця Преображенська 6, Київ, Україна, 02000

e-mail: dekalukelizaveta40@gmail.com

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВНУТРІШНЬОГРУПОВИХ ПРОЦЕСІВ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Стаття присвячена розгляду проблемного питання покращення результативності та підвищення ефективності управління, яке постає перед управліннями українських підприємств та організацій з надання соціальних послуг на конкурентному ринку товаропостачання в умовах повномасштабної війни. Оскільки високі показники ефективності діяльності організації можуть забезпечити перевагу над конкурентами та підвищити фінансовий успіх, то кожна організація, в свою чергу, прагне стати лідером та навіть монополістом на конкурентному ринку власними засобами. В залежності від продуктивності таких дій організація може отримати значну перевагу у конкуренції, яка є невід'ємною складовою економічних можливостей бізнесу, що можуть бути використані для досягнення стратегічних цілей та завдань. Необхідність виокремлення психологічних чинників корпоративної культури, які безпосередньо впливають на ефективність організаційного менеджменту, є беззаперечною в умовах сучасної економічної поведінки суб'єктів господарювання, оскільки високий рівень професіоналізму психологів бізнес-консультантів у цій галузі сприятиме вирішенню проблем організаційної взаємодії. У статті здійснено аналіз теоретичних засад дослідження феномену корпоративної культури, ціннісних орієнтацій та організації у психологічній науці. Розглянуто авторські інтерпретації наукових термінів з позиції економічного, управлінського, соціологічного і психологічного підходу. Зазначено, що корпоративна культура постає основоположним джерелом динаміки організаційних змін та колективної поведінки, визначає провідний спосіб діяльності функціональних підрозділів компанії. Корпоративні цінності виступають фундаментальним психологічним чинником і знаходяться у діадній взаємодії з особистісними цінностями кожного робітника. Таким чином, система кар'єрних ціннісних орієнтацій персоналу повинна узгоджуватися з системою професійних цінностей компанії, адже саме синергійний ефект допоможе організації підвищити власну ефективність та досягти бажаної мети. Проведено порівняльний аналіз організаційних культур, кар'єрних та особистісних ціннісних орієнтацій між представниками української металургійної компанії «Метінвест» та американської телекомунікаційної організації «Koscom Cable Inc». Встановлено, що внутрішня інтеграція, спільний обмін знаннями й управлінським досвідом, а також удосконалення організаційних структур підприємств допоможуть нам налагодити ефективність українського бізнесу у воєнний період.

Ключові слова: корпоративна культура; організація; внутрішньогрупові процеси; ефективність; ціннісні орієнтації; колектив; мала соціальна група.

Як цитувати: Варава, Л., Декалюк Є. (2022). Психологічні чинники ефективності внутрішньогрупових процесів сучасних організацій. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, серія «Психологія», (73), 42-51.* <https://doi.org/10.26565/2225-7756-2022-73-05>

In cites: Varava, L., Dekaliuk, Ye. (2022). Psychological Factors of Intragroup Process Efficiency within Modern Organizations. *Visnyk of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series "Psychology", (73), 42-51.* <https://doi.org/10.26565/2225-7756-2022-73-05>. (in Ukrainian).

Постановка проблеми. Спад економічної діяльності українських організацій на вітчизняному ринку праці, ліквідація багатьох підприємств малого та середнього бізнесу, зниження показників результативності діяльності і загроза глобальної

фінансово-економічної кризи під час військового стану постають актуальними викликами сучасної структури суспільних взаємовідносин. Станом на сьогодні зниження показників організаційної ефективності виступає одним з найпоширеніших

запитів у професійній діяльності психологів бізнес-консультантів. Основою положеною перешкодою для фахівців під час здійснення бізнес аналізу наявної проблеми постає системна модель корпоративної культури підприємства, різноманіття психологічних чинників якої безпосередньо впливає на домінуючі моделі поведінки в організації, міжособистісну взаємодію членів колективу, і, як наслідок, загальну виробничу результативність і ефективність. Проблема детерміністично обумовленого впливу корпоративної культури на ефективність внутрішньогрупових процесів повинна бути вичерпано розглянута бізнес-консультантами. Виокремлення психологічних чинників корпоративної культури, що можуть впливати на показники організаційної ефективності й сприяти виникненню матеріальних і нематеріальних збитків на підприємствах допоможе психологам бізнес-консультантам модернізувати внутрішньогрупові організаційні процеси, сформувавши позитивний психологічний клімат колективу підприємств та налагодити вертикальні й горизонтальні стратегічні організаційні відносини на всіх ієрархічних рівнях підпорядкування з метою підвищення організаційної ефективності і подолання глобальної економічної кризи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Сучасний стан економічної та політичної нестабільності суспільства зумовлює стрімке зростання дослідницького інтересу до психологічного феномену корпоративної культури організацій у наукових товариствах і бізнес-об'єднаннях. Особлива увага дослідженню корпоративної культури приділяється у наукових працях таких відомих українських дослідників, як: Ворожбит В. В. (2013), Громко Л. (2020), Степанова Л. В. та Тужилкіна О. В. (2020).

Сьогодні в українській і зарубіжній психології управління та бізнесу спостерігається зміна від розгляду організації як об'єкта управління з боку керівників до її дослідження як відкритої соціальної системи. Організація починає розглядатися не просто як технічний інструмент, що виробляє та постачає продукцію і приносить прибуток, а і як чутлива до будь-яких змін адаптивна система, що сприяє розвитку ринкових взаємовідносин в умовах динамічних економічних змін на світовій арені товаровиробництва, при чому особлива увага приділяється вивченню робітничих колективів організацій. Сучасні психологічні праці з цього напрямку характеризуються визнанням, суттєвою диференціацією та взаємодоповненням термінів «колектив», «мала соціальна група» та «організація» у науці (Прушківський, 2020; Tellis, 2029).

Дослідники М. Вудкок та Д. Френсис дотримувалися судження, що організацію, у якій

відбувається безпосередня особистісна взаємодія працівників необхідно розглядати як малу соціальну групу, оскільки саме об'єднання формальної організації і неформальної соціальної групи являє собою найвищу ступінь її розвитку – колектив. В якості необхідних професійних вмінь управлінця вчені виділили вміння керувати колективом, організовувати групи людей, виокремлювати та спостерігати діючі соціально-психологічні закономірності колективу (Нетепчук, 2013).

З точки зору гештальтпсихології термін організація використовується для позначення перцептивної інтегрованості відчуттів та інших елементарних психічних явищ у цілісній структурі або образі. У когнітивній психології цей термін використовується для підкреслення структурно організованої ієрархічної організаційної структури. На відміну від них, соціальна психологія сприймає організацію як головний принцип структурної впорядкованості та оптимального функціонування складних соціальних систем та соціальних груп.

Феномен корпоративної культури організацій вивчається дослідниками у широкому міждисциплінарному полі таких наук як економіка підприємства, менеджмент організацій, психологія управління, соціологія та культурологія (Балабанова, Сардак, 2019).

Співавтори І.П. Отенко та М.І. Чепелюк підкреслюють необхідність дослідження феномену впливу корпоративної культури на ефективність внутрішньогрупових процесів, яка обумовлюється тим фактом, що корпоративна культура постає основоположним мотиваційним рушієм зміцнення економіки організації і показником, необхідним для правильного розуміння і управління індивідуальною та масовою свідомістю й поведінкою працівників. Саме тому використання корпоративної культури як інструмента управління є необхідним з метою формування у людей прагнення працювати на єдину мету, використовувати власні знання та навички для підвищення ефективності організації (Отенко, Чепелюк, 2018).

В сучасній психологічній та управлінській науці українські дослідники М.І. Кошутко, Н.Я. Михаліцька і М.Р. Верескля розглядають феномен корпоративної культури як основоположний інструмент стратегічного розвитку бізнесу, який сприяє загальній сумісній орієнтації всіх структурних підрозділів організації на спільну мету, підвищенню мотивації робітничого персоналу і налагодженню гармонійного міжособистісного спілкування. Сильна і розвинута корпоративна культура управління займає значну роль у сфері

економічного менеджменту організації, безпосередньо впливаючи на показники ефективності бізнес-об'єднання, досягнення основоположних стратегічних цілей команди та становлення конкурентної переваги на ринку товаропостачання. Саме корпоративна культура постає тим механізмом, який регулює поведінку співробітників без додаткових стимулів та системи сталого контролю діяльності. Особливістю цього феномену є те, що кожна організація формує власну індивідуальну корпоративну культуру в залежності від провідних завдань, мети, стратегії і місії власної діяльності (Копитко, 2017; Копитко, Михаліцька, Верескля, 2021).

В дослідженні даної проблеми американський психолог Е. Шейн дає таке визначення: «Під корпоративною культурою розуміють сукупність колективних базових правил, віднайдених, відкритих або вироблених певною групою людей у міру того, як вона вчилася вирішувати проблеми, пов'язані з адаптацією до зовнішнього середовища й внутрішньою інтеграцією, і розроблених досить добре для того, щоб вважатися цінними» (Шейн, 2002). Дослідник виділив рівні корпоративної культури: видимий – зовнішні артефакти, проміжний – ціннісні орієнтації та підсвідомий – базові переконання (Shein, 2017).

Українські дослідники В. Г. Прушківський та В. А. Литовка надають наступне власне визначення феномену корпоративної культури: – «це складна динамічна ієрархічна система, яка складається з формальної (місія, бачення, цінності, які втілені в практиці компанії) та неформальної (соціальні взаємозв'язки, рольові моделі, ритуали, важливі історії в компанії) складових, які змінюються під впливом внутрішнього та зовнішнього середовища компанії» (Степанова, Тузилкіна, 2020).

Представники сучасної економічної науки І.С. Біла та Н.І. Насікан під терміном «корпоративна культура» зазначають: «...інструмент інноваційного менеджменту, елемент соціальної відповідальності бізнесу, дієве внутрішнє джерело стимулювання економічного зростання передових зарубіжних та вітчизняних підприємств...» (Біла, Насікан, 2018).

Власне визначення надає дослідник Н.В. Грищенко: «Корпоративна культура є сукупністю ціннісних установок, норм, формальних та неформальних законів поведінки, які відображають соціальні, економічні, виробничі відносини, що склалися в корпорації та культивуються її керівництвом» (Грищенко, 2017).

Найбільш важливими та невід'ємними структурними елементами корпоративної культури будь-якої організації постають загальноприйняті правила, колективні норми та ціннісні орієнтації,

що дозволяють працівникам усвідомити соціально схвалювані та засуджувані моделі поведінки у суспільно-культурному робочому просторі і сформувати ефективні, доцільні поточній ситуації поведінкові патерни (Ворожбит, 2013). Дослідники І. Малбашич та Н. Посарич зазначають, що сукупність ціннісних орієнтацій організації поділяється на особистісні та корпоративні цінності. Під корпоративними цінностями автори розуміють основоположні корпоративні принципи ведення підприємницького бізнесу (Malbašić, Posarić, 2017).

Психологічна наука розглядає особистісні ціннісні орієнтації як специфічне ієрархічне утворення і компонент структури особистості водночас. На думку науковця І. М. Галяна, особистісні цінності суб'єкта діяльності виявляються у його позиції по відношенню до різноманіття проявів нашого життя. Автор підкреслює, що особистісні цінності визначають домінуючі інтенції та бажання людини, розвивають здатність відрізнити особистісно важливе від несуттєвого, зумовлюють прийняття індивідуальних рішень, здійснення вибору або відкидання смислових психічних конструкцій, формують мотивацію поведінки і детермінують самооцінку й рівень життєвих домагань [Галян, 2017, с. 31].

У своєму дослідженні С.Г. Яновська наголошує, що: «ціннісні орієнтації підприємців залежать від підприємницької ідеології бізнесу, яка є відмінною від ідеології інших господарських суб'єктів» [Яновська, 2019, с. 47].

Оскільки значна частина життя будь-якої людини пов'язана з трудовою діяльністю на підприємстві, то головним завданням системи менеджменту сучасного бізнесу постає гармонізація та узгодження особистісних цінностей працівників із корпоративною культурою та стратегічними планами розвитку компанії. Дослідниця О.І. Бала у своїй науковій праці визначає, що корпоративні ціннісні орієнтації є фундаментом корпоративної культури і кадрової політики організації, який виступає у ролі вагомого мотиваційного рушія для співробітників як на шляху особистого самовдосконалення, так і досягнення стратегічних завдань компанії (Бала, 2009).

Виділення раніше не вирішених частин загальної проблеми. В умовах повномасштабної війни в Україні підприємства промислової групи «Метінвест» втратили значну частину активів і фінансових ресурсів у Маріуполі. Близько 15 тисяч працівників вийшли на зв'язок, переїхали на підконтрольні Україні території та продовжили роботу на підприємствах Запоріжжя та Кривого Рогу. Оскільки зараз у зв'язку з надзвичайною

ситуацією воєнного характеру в нашій країні зміна місця проживання та роботи спеціалістів промислових спеціальностей є виключно небажаною, актуальною постає потреба у перейманні досвіду розвитку корпоративних культур зарубіжних бізнес-об'єднань. Плідне співробітництво країн та хвиля міграції українців до США забезпечує утворення дружнього міжнародного простору корпоративної культури, інтеграція якого у організаційну структуру українських підприємств допоможе нам покращити показники ефективності та налагодити перебіг внутрішньогрупових процесів.

Формулювання цілей статті. Метою є визначення психологічних чинників процесу формування корпоративної культури, які впливають на ефективність внутрішньогрупових процесів сучасних організацій. Зазначена проблема потребує вирішення наступних завдань: проаналізувати авторські теоретичні підходи до визначення змісту та психологічних механізмів феномену організації та корпоративної культури, визначити соціально-психологічні аспекти впливу корпоративної культури на розвиток організації, розглянути специфіку системи ціннісних орієнтацій особистості й дослідити особливості взаємовпливу особистісних і корпоративних ціннісних орієнтацій та специфіки міжособистісної взаємодії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Політичні і соціально-економічні виклики, суперечності та загрози сучасного світу водночас завдають значної шкоди розвитку українських і зарубіжних бізнес-об'єднань. Негативний вплив міграції, зростання рівня безробіття та потреби людей у офіційному працевлаштуванні за кордоном нашої держави виступає причиною зниження організаційної ефективності, порушення перебігу внутрішньогрупових організаційних процесів, а інколи навіть ліквідації бізнесу.

Згідно з результатами експериментальних досліджень ефективних організацій дослідники К. Камерон та Р. Куїн розробили рамкову конструкцію конкуруючих цінностей та виявили основні форми організаційних культур, які характеризують стрижневі ціннісні орієнтації підприємства: кланову, адхократичну, ієрархічну та ринкову. Кланова організаційна культура нагадує велику дружню родину, в якій управлінці сприймаються як батьки, заохочується обов'язковість, згуртованість колективу і відданість традиціям, домінує бригадна форма роботи. Адхократичній культурі властиві експериментаторство та виробництво унікальних товарів, заохочення особистої ініціативи та свободи працівників. Ієрархічна культура характеризується наявністю формальних правил та

офіційної стратегії, де особлива увага приділяється гарантії зайнятості працівників та забезпеченням стабільності. Ринкова культура орієнтована на досягнення результатів та підвищенні конкурентоспроможності підприємства. Переваги інструменту OCAI полягають у тому, що він дозволяє здійснити аналіз організаційної культури на мікро- та макрорівнях; оцінити та побудувати організаційну культуру у справжньому та бажаному стані; застосовується для досліджень малих та великих груп і колективів; поєднує кількісні та якісні критерії оцінки, а також не вимагає багато часу й матеріалів, тому методика можна використовувати у будь-якій організації (Камерон, Куїн, 2001).

Для досягнення мети було проведено експериментальне дослідження з метою порівняння профілів корпоративної культури підприємств, домінуючих особистісних та корпоративних цінностей працівників організацій. У дослідженні взяли участь працівники української міжнародної гірничо-металургійної компанії «Метінвест» (ЕГ1) та американської компанії «Koscom Cable Inc» (ЕГ2) – провідного національного провайдеру у сфері телекомунікацій, який забезпечує надання послуг кабельних техніків у Сполучених Штатах Америки.

У першу чергу нами було використано методику оцінки організаційної культури «Organizational Culture Assessment Instrument – OCAI» К.С. Камерона, Р.Е. Куїна, спрямовану на виявлення та побудову профілю нинішньої та бажаної організаційної культури організації. Отримані результати представлені у Рис 1. та Рис 2.

Отримані результати та наведені данні у рисунку 1 зображують нинішній та бажаний профіль організації «Метінвест». Нинішній профіль організаційної культури «Метінвест» респонденти визначили як клановий. Перевагами цього типу є прийняття усіма працівниками системи цінностей організації, які виявляються у турботі про співробітників й позитивному розвитку робочих взаємовідносин, згуртованість, гнучкість, децентралізація влади та формування спільних поглядів і колективного «Ми-почуття». Завдяки тому, що система корпоративних цінностей створюється та підтримується власне організацією, а не запозичується, підприємство з клановим типом культури відрізняється високим рівнем адаптивності у мінливих ситуаціях. Недоліками кланового типу є прояви нетерпимості до працівників, які не поділяють загально визнані правила, норми і цінності, не приймаються колективом та відчужуються від нього. З цих причин прийом нових працівників у організацію може зазнавати значних складнощів з

точки зору підбору персоналу та адаптаційного періоду. Оцінка ефективності персоналу у даній типології зазнає значних труднощів, оскільки об'єктивне оцінювання близької людини є неможливим. Для підтримання корпоративної культури постає необхідність у періодичному

своєчасному проведенні позаробочих заходів, спортивних змагань і розвитку міжособистісної комунікації. Надмірний розвиток кланової культури призводить до зниження конкурентоспроможності і змішання робочих та особистісних відносин працівників.

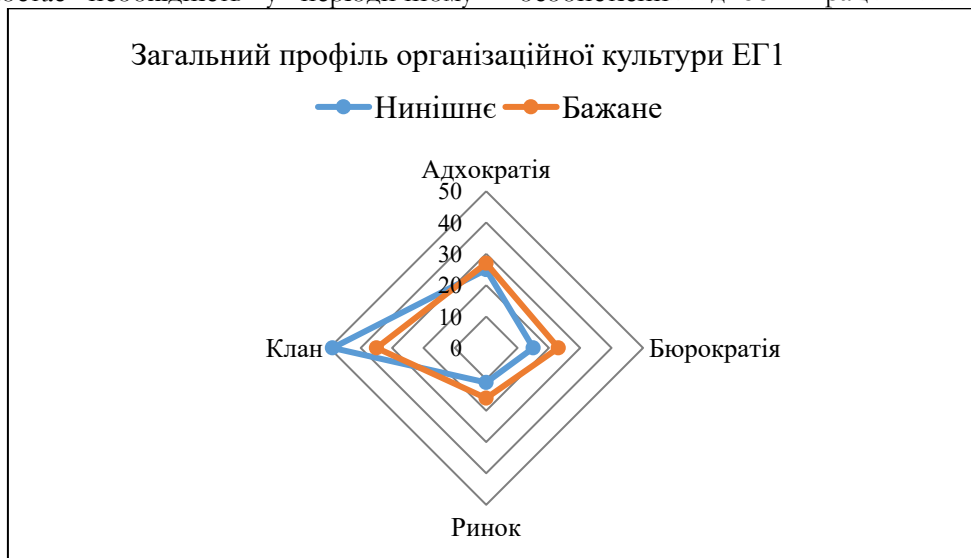


Рисунок 1. Загальний профіль організаційної культури ЕГ1



Рисунок 2. Загальний профіль організаційної культури ЕГ2

Отримані результати та наведені дані у рисунку 2 зображують нинішній та бажаний профіль організації «Koscom Cable Inc». Нинішній профіль організації «Koscom Cable Inc» респонденти визначили як адхократичний. Плюсами адхократичної організаційної культури постають експериментаторство, новаторство, творчий креативний підхід до вирішення проблем в умовах невизначеності, оригінальність та відхід від застарілих стереотипів про владні відносини підпорядкування. Головними цінностями цього типу постають ініціативність, особистісна свобода, висока переносимість ризику та

відданість навчанню й постійному підвищенню кваліфікації. Мінуси адхократичного типу полягають у недооцінці значення правил та регламенту роботи, відсутності рутинних обов'язків, розподілу сфер особистої відповідальності працівників, що у результаті може призвести до збоїв у планомірності та систематичності щоденної роботи. Оцінка ефективності роботи працівників виявляється у досягненні поставлених завдань, наявності якісного зворотного зв'язку і робочих планів розвитку кадрів. Індикаторами організаційної ефективності адхократичної культури виступають інноваційні

результати діяльності, творче вирішення проблем, створення ідей на передовому технологічному рубежі та зростання якості продуктів виробництва або послуг. Надмірний розвиток адхократичної культури призводить до глобального самоуправління, конфліктів з лідерами організації і зниження ефективності.

На другому етапі дослідження ми провели порівняльний аналіз кар'єрних ціннісних

орієнтацій експериментальних груп. З цією метою було використано методіку діагностики ціннісних орієнтацій у кар'єрі Е. Шейна «Якоря кар'єри». Опитувальник дозволяє виявити наступні кар'єрні орієнтації робочого колективу: професійна компетентність, менеджмент, автономія, стабільність, служіння, виклик, інтеграція стилів життя, підприємництво (Шейн, 2002; Schein, 2017). Отримані результати зведено у таблицю 1.

Таблиця 1. Порівняння домінуючих кар'єрних цінностей ЕГ1 та ЕГ2

Респонденти	Домінуючі кар'єрні ціннісні орієнтації								
	Компетентність в професії	Менеджмент	Автономія	Стабільність місця роботи	Стабільність місця проживання	Служіння	Виклик	Об'єднання стилів життя	Підприємництво
ЕГ1	1%	3%	2%	21%	21%	21%	2%	27%	2%
ЕГ2	22%	27%	27%	3%	3%	2%	7%	1%	8%

Кар'єрні ціннісні орієнтації об'єднання стилів життя (27%), служіння (21%), стабільності місця проживання (21%) та стабільності місця роботи (21%), які характерні клановому типу організаційної культури, домінують у працівників організації «Метінвест». Слід зазначити, що такі люди намагаються зберегти рівновагу між сімейним життям, саморозвитком і кар'єрою, приносити користь суспільству шляхом реалізації власних здібностей; вони надають перевагу стабільному працевлаштуванню з гарантованими соціальними послугами. Оскільки зміна місця проживання та часті відрядження є небажаними для таких людей, вони скоріше оберуть роботу у власній місцевості, ніж вищу посаду у іншому місті.

Домінуючі ціннісні орієнтації менеджменту (27%), автономії (27%) та компетентності в професії (22%), які властиві адхократичному типу організаційної культури, переважають у

працівників американської компанії «Koscom Cable Inc». Отже, для цих людей першорядне значення має орієнтація власної особистості на інтеграцію зусиль інших, повноту відповідальності за кінцевий результат і об'єднання різних функцій організації. Можливості для лідерства, високого доходу, підвищених рівнів відповідальності та особистий внесок у успіх своєї організації є їх ключовими цінностями та мотивами. Співробітники прагнуть визнання своїх талантів, що має виражатися у статусі та відповідати рівню їхньої майстерності.

На третьому етапі дослідження нами було використано ціннісний опитувальник Ш. Шварца з метою виявлення і порівняння особистісних ціннісних орієнтацій двох експериментальних груп за ранговою десятибальною шкалою (Карандашев, 2004). Отримані результати було зведено у таблицю 2.

Таблиця 2. Домінуючі особистісні ціннісні орієнтації

Респонденти	Домінуючі особистісні ціннісні орієнтації									
	Конформність	Традиція	Доброга	Універсальність	Самостійність	Стимуляція	Гедонізм	Досягнення	Влада	Безпека
ЕГ1	6	4	8	4	8	6	10	6	4	10
ЕГ2	6	5	9	4	9	5	6	10	9	6

Наведені дані у таблиці 2 свідчать про те, що найвищу значущість для представників компанії Метінвест складають особистісні цінності безпеки (10) та гедонізму (10). Менш значущі, але все одно важливу ланку для респондентів ЕГ1 займають ціннісні орієнтації самостійності (8) та доброти (8). Отже, наведені особистісні цінності узгоджуються з системою кар'єрних цінностей організації та клановим типом корпоративної культури. В якості винятку було виявлено середній показник ціннісної орієнтації конформності (6), низькі показники орієнтації традиційності (4) та універсалізму (4), що не набули високих рангових значень у досліджуваній групі. Слід зазначити, що конформність як особистісна цінність людини характеризується важливістю для людини бути частиною колективу, не зважаючи на протиріччя та суттєві відмінності власної думки, дотримуватися соціальних стандартів загальноприйнятої поведінки й очікувань. Відданість традиції виявляється у поведінці співробітників через повагу до основоположних ідей, принципів організації, наслідування рольових моделей, визнання звичаїв та ритуалів. Цінність універсалізму виявляється у побудові гармонійних взаємовідносин у колективі, колективного порозуміння і інтенції до збереження загального благополуччя й розширення складу співробітників.

На наш погляд, істотне зниження рангових показників особистісних цінностей конформності, традиційності та універсалізму, що створює розходження з загальними характеристиками системи цінностей кланового типу культури, є негативним наслідком впливу початку повномасштабної війни та вимушеного переміщення працівників до інших міст та навіть країн на промислові підприємства нашої країни. Підкреслимо, що ступінь прояву конформності та прихильності традиціям у поведінці людини детермінується чисельним складом робочого колективу, рівнем його згуртованості та розвитком міжособистісних зв'язків.

У порівнянні з ЕГ1, працівники компанії «Koscom Cable Inc» надали перевагу таким ціннісним орієнтаціям, як досягнення (10), влади (9), самостійності (9) та доброти (9), що мають високі показники за ранговою шкалою. Таким чином, головною кар'єрною метою учасників ЕГ2 є досягнення успіху в кар'єрі, здобуття управлінської посади в організаційній структурі та активний прояв власної компетентності у професії, не зважаючи на існуючі ризики. Високий показник ціннісної орієнтації самостійності наголошує на тому, що представники ЕГ2 цінують незалежність, відсутність ієрархічного підпорядкування та

можливості прояву творчості у виконанні власних обов'язків.

У якості винятку нами було виявлено високий ранговий показник ціннісної орієнтації доброти (9) та середній показник цінності стимуляції (5), не властиві адхократичному типу корпоративної культури. Зазначена цінність доброти має властивості прояву у бажанні співробітників підтримувати соціальні зв'язки, сприяючи покращенню психологічного клімату колективу. Ми припускаємо, що особистісна ціннісна орієнтація доброти є домінуючою у американців у зв'язку з величезною хвилею міграції українців до Сполучених Штатів Америки з подальшим працевлаштуванням. Дружнє ставлення американських колективів до новоприбулих українців сприяє творенню сильної розвинутої міжнаціональної корпоративної культури підприємства і підвищенню ефективності. Середній показник ціннісної орієнтації стимуляції свідчить про відсутність оптимальної життєвої активності працівників, бажання формувати нові соціальні контакти та займати активну суб'єктну позицію. На наш погляд, причиною негативних явищ є надмірна захопленість роботою та завищені вимоги та очікування управлінців організації.

Висновки. Отже, згідно з експериментальним дослідженням можна зробити наступні висновки: в організації «Метінвест» переважає клановий тип організаційної культури. Переваги зазначеного типу полягають у розвинутій системі корпоративних цінностей, турботі про співробітників, формуванні колективного «Мі-почуття», високому рівні адаптивності та гнучкості. Складності цього типу виявляються у процесі підбору персоналу, оцінювання ефективності працівників, потребі підтримувати корпоративну культуру та контролювати її розвиток.

Організаційний профіль організаційної культури «Koscom Cable Inc» було визначено як адхократичний. Плюсами цього типу є ініціативність працівників, ефективність в умовах невизначеності, генерація унікальних ідей та управлінських рішень. Мінуси адхократичного типу полягають у недотриманні робочого регламенту та розподілу сфер відповідальності, що за відсутності належної уваги з боку управлінців може призвести до домінування самоуправління та збоїв у планованості і систематичності щоденної роботи.

Слід зазначити, що графічне зображення розходження нинішнього та бажаного організаційного профілю культур обох організацій у Рис. 1 та Рис. 2 є мінімальним. Так, результати анкетування ЕГ1 демонструють бажання

працівників зменшити вплив кланового типу культури та наблизитися до бюрократичного типу. На відміну від них, ЕГ2 вважає за належне розвинути характеристики ринкового організаційного типу.

В результаті проведення порівняльного аналізу домінуючих кар'єрних та особистісних ціннісних орієнтацій обох груп, було встановлено, що у ЕГ1 переважають кар'єрні ціннісні орієнтації об'єднання стилів життя, служіння, стабільності місця проживання та роботи, і особистісні цінності безпеки, гедонізму, самостійності та доброти, які узгоджуються з системою цінностей кланового типу культури. Винятком постають особистісні цінності конформності, традиційності та універсалізму, що не набули високих рангових показників.

У порівнянні з ЕГ1, респонденти ЕГ2 обрали домінуючими кар'єрні цінності менеджменту, автономії і компетентності в професії, та особистісні ціннісні орієнтації досягнення, влади, самостійності й доброти, притаманні характеристикам адхократичного типу культури. У якості винятку нами було виокремлено високий показник особистісної цінності доброти та середній показник цінності стимуляції, не властиві зазначеному організаційному типу.

Підсумовуючи, можна зауважити, що обидві організації мають різні профілі організаційної культури, які не можна порівнювати, оскільки кожна має власні переваги та недоліки. Але взаємна інтеграція корпоративної культури у дружньому міжнаціональному просторі ділової співпраці американських та українських організацій сприятиме вдалій перспективі налагодження внутрішньогрупових організаційних процесів.

Таким чином, американським компаніям слід перейняти та запроваджувати розвиток такої переваги українських організацій, як турбота про співробітників, що позитивно впливатиме на життєву активність працівників. Українським організаціям в свою чергу слід стимулювати формування позитивних відносин працівників і розвиток колективу, проводити позаробочі заходи, використовуючи креативний підхід, й відійти від застарілих стереотипів про владні відносини підпорядкування.

Сучасна соціальна ситуація потребує розробки тренінгової психокорекційної програми, спрямованої на взаємну інтеграцію корпоративної культури організацій з відпрацюванням вмінь, навичок ефективної взаємодії у колективі організації та формування нових поведінкових стратегій, що посприятиме зростанню рівня ефективності внутрішньогрупових організаційних процесів.

Список використаних джерел

- Балабанова Л.В., Сардак О.В. Управління персоналом : підручник. Київ : ЦУЛ, 2019. 468 с. <https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/07>
- Бала О.І. Економічне оцінювання та розвиток корпоративної культури машинобудівних підприємств: автореф. дис. на здобуття ступеня кандидата економічних наук. Львів, 2009. 20 с.
- Біла І.С., Насікан Н.І. Корпоративна культура як складник соціальної відповідальності бізнесу. *Східна Європа : економіка, бізнес та управління : електронний науково-практичний журнал*. 2018. № 5 (16). С. 106–109. <http://enquir.npu.edu.ua/handle/123456789/21885>
- Ворожбит В.В. Система цінностей у корпоративній культурі як засіб підтримки економічної безпеки підприємства. *Економіка розвитку*. 2013. 1(65). С. 127–131.
- Галян І. М. Психологія ціннісно-смыслові саморегуляції майбутніх педагогів : дис. доктора психол. наук. Київ, 2017. 532 с. http://psychology-naes-ua.institute/files/pdf/disertaciya_galyan
- Гриценко Н. В. Особливості формування корпоративної культури організації. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 59. С. 284–290. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2017_59_41
- Громко А. Корпоративна культура як ключовий чинник розвитку торговельного підприємства. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2020. №2. С. 114–120. <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-02-114-120>
- Камерон К., Куин Р. Диагностика и изменение организационной культуры. СПб.: Питер, 2001. 320 с.
- Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. СПб. : Речь, 2004. 70 с.
- Копитко М.І. Взаємозв'язок процесів формування корпоративної культури підприємств та рівня лояльності працівників з позиції забезпечення економічної безпеки. Актуальні проблеми забезпечення економічної безпеки в Україні: колективна монографія. Львів: Ліга-Прес, 2017. 368 с.
- Копитко М. І., Михаліцька Н. Я., Верескля М. Р. Корпоративна культура як стратегічний напрям управління підприємством в умовах сучасних викликів. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2021. №2(62). С. 92–99. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-62-92-99>
- Нетепчук В. В. Самоменеджмент: Навч. посібник. Рівне: НУВГП, 2013. 354 с.
- Олійник Т.І. Сучасна роль корпоративної культури в управлінні людськими ресурсами в організації. *Інвестиції : практика та досвід*. 2018. №22. С. 66–69. http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2018_22_13
- Отенко І.П., Чепелюк М.І. Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти: монографія. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 243 с.

- <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/20079/1/2018>
- Прушківський В.Г., Литовка В.А. Корпоративна культура соціально відповідальних металургійних підприємств. *Економічний простір*. 2020. № 164. С.106-111.
- Степанова Л.В., Тужилкіна О.В. Корпоративна культура в контексті регулювання соціально-трудових відносин. Соціально-трудові відносини: проблеми науки та практики: монографія. Полтава, 2020. С. 518–534.
<http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/10218/>
- Шейн Е. Організаційна культура та лідерство. Побудова, еволюція, розвиток. Харків : «Пітер», 2002. 335 с.
- Яновська С. Г. Психологічна структура підприємницької активності в малому бізнесі: дис. ... кандидата психол. наук : 19.00.10. Київ, 2019. 210 с.
<http://psychology-naes-ua.institute/read/1913/>
- Malbašić I., Posarić N. A. Comparison of the Organizational Values of the World's Largest Companies with the Organizational Values of Large Croatian Companies: A Balanced Approach. *Management international conference* (Venice, Italy, 24-27 May). 2017. P. 61–74.
- Schein E.H. Organizational culture and leadership. 5th ed. John Wiley & Sons Inc., Hoboken, New Jersey, 2017.367 p.
- Tellis G.J., Prabhu J.C., Chandy R.K. Radical innovation across nations: the preeminence of corporate culture. *Journal of Marketing*. 2009. № 73. P. 3–23.

L. VARAVA (Liudmila Varava)

Candidate of Psychological Sciences,

Lead Researcher at the Ecological Psychology Laboratory

at H. Kostyuk Institute of Psychology of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine

2 Pankivska Str., Kyiv 02000, Ukraine

<https://orcid.org/0000-0001-7677-0042>

e-mail: varava2233@gmail.com

Ye. DEKALIUK (Yelyzaveta Dekaliuk)

Master's Degree, Mariupol State University

6 Preobrazhenska Str., Kyiv 02000, Ukraine

e-mail: dekalukelizaveta40@gmail.com

PSYCHOLOGICAL FACTORS OF INTRAGROUP PROCESS EFFICIENCY WITHIN MODERN ORGANIZATIONS

The article is devoted to consideration of the problematic issue of improving productivity and increasing the efficiency of management, which is faced by the managers of Ukrainian enterprises and organizations providing social services in the competitive market of goods supply in conditions of full-scale war. Since the organization's high performance indicators may provide an advantage over competitors and boost financial success, each organization, in turn, strives to become a leader and even a monopolist in a competitive market by its own means. Depending on the productivity of such actions, the organization may gain a significant competitive advantage, which is an integral component of business economic opportunities that can be employed to achieve strategic goals and objectives. Given the current economic behavior of business entities, the need to isolate the psychological factors of corporate culture directly affecting the organizational management efficiency is undeniable, since highly professional psychologists and business consultants in this field may contribute to solving problems of organizational interaction. The article analyzes the theoretical background of the corporate culture phenomenon, value orientations and organization in psychological science. The authors' interpretations of scientific terms from the standpoint of economic, managerial, sociological and psychological approaches are considered. It is noted that corporate culture is driving force of dynamics in organizational changes and collective behavior, which determines the core of activity of the company's functional divisions. Corporate values are a fundamental psychological factor, being in dyadic interaction with each employee's personal values. Therefore, the employees' system of career value orientations should be consistent with the company's system of professional values, for in synergy these are capable of helping the organization improve its efficiency and achieve the desired goal. A comparative analysis of organizational cultures, career and personal value orientations between the representatives of the Ukrainian metallurgical company "Metinvest" and the American telecommunications company "Koscom Cable Inc" was performed. It has been established that internal integration, mutual exchange of knowledge and management experience, and also improvement of the enterprises' organizational structure should increase the performance of Ukrainian businesses in wartime.

Keywords: *corporate culture; organization; intragroup processes; efficiency; value orientations; collective; small social group.*

References

- Bala, O. I. (2009). *Economic evaluation and development of corporate culture of machine-building enterprises*. Lviv: Lviv National University "Polytechnic". [In Ukrainian]
- Balabanova, L.V., Sardak, O.V. (2019). *Personnel management*. Kyiv: TsUL. <https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/07>. [In Ukrainian]
- Bila, I.S., Nasikan, N.I. (2018). Corporate culture as a component of social responsibility of business. *Eastern Europe: economy, business and management: electronic scientific and practical journal*. V. 5 (16). P. 106–109.
<http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/21885>. [In Ukrainian]
- Cameron, K., Quinn, R. (2001). *Diagnosis and change of organizational culture*. St. Petersburg: Peter. [In Russian]

- Galyan, I.M. (2017). *Psychology of value-meaning self-regulation of future teachers*. (Doctoral dissertation). http://psychology-naes-ua.institute/files/pdf/disertaciya_galyan. [In Ukrainian]
- Gromko, L. (2020). Corporate culture as a key factor in the development of a trading enterprise. *Ekonomichni chasopys S'khidnoevropeiskoho natsionalnogo universytetu imeni Lesi Ukrainky*. V. 2. P. 114–120. <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-02-114-120>. [In Ukrainian]
- Hrytsenko, N.V. (2017). Features of the formation of the corporate culture of the organization. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. V.59. P. 284–290. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2017_59_41. [In Ukrainian]
- Karandashev, V.N. (2004). *Schwartz's methodology for studying personal values: concept and methodological guidance*. St. Petersburg : Piter. [In Russian]
- Kopytko M. I., Mykhalytska N. Ya., Vereskly M. R. (2021). Corporate culture as a strategic direction of enterprise management in the conditions of modern challenges. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK»*, V.2(62). P. 92-99. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-62-92-99>. [In Ukrainian]
- Kopytko, M. I. (2017). *The relationship between the processes of forming the corporate culture of enterprises and the level of employee loyalty from the standpoint of ensuring economic security*. Lviv: Liga-Press. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-62-92-99>. [In Ukrainian]
- Malbašić, I., Posarić, N.A (2017). Comparison of the Organizational Values of the World's Largest Companies with the Organizational Values of Large Croatian Companies: A Balanced Approach. *Management international conference* (Venice, Italy, 24-27 May). P. 61–74.
- Netepchuk, V.V. (2013). *Self-management*. Rivne: NUVHP. [In Ukrainian]
- Oliynyk, T.I. (2018). The modern role of corporate culture in the management of human resources in the organization. *Investytsii : praktyka ta dosvid*. V. 22. P. 66–69. http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2018_22_13. [In Ukrainian]
- Otenko, I.P., Chepeliuk, M.I. (2018). Corporate culture: international and transformational aspects. Kharkiv: HNEU named after S. Kuznetsa. <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/20079/1/2018>. [In Ukrainian]
- Prushkivskiy, V.G., Litovka, V.A. (2020). Corporate culture of socially responsible metallurgical enterprises. *Ekonomichnyi prostir*. V. 164. P.106-111. [In Ukrainian]
- Schein, E. H. (2017). *Organizational culture and leadership*. 5th ed. John Wiley & Sons Inc., Hoboken, New Jersey.
- Shane, E. (2002) *Organizational culture and leadership. Construction, evolution, development*. Kharkiv: "Peter". [In Ukrainian]
- Stepanova, L.V., Tuzhilkina, O.V. (2020) *Corporate culture in the context of regulation of social and labor relations*. Poltava. <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/10218/>. [In Ukrainian]
- Tellis, G.J., Prabhu, J.C., Chandy, R.K. (2009). Radical innovation across nations: the preeminence of corporate culture. *Journal of Marketing*. № 73. P. 3–23.
- Vorozhbyt, V. V. (2013). The system of values in corporate culture as a means of supporting the economic security of the enterprise. *Ekonomika rozvytku*. V. 1(65). P. 127–131. [In Ukrainian]
- Yanovska, S.G. (2019). *Psychological structure of entrepreneurial activity in small business*. (Master theses). <http://psychology-naes-ua.institute/read/1913/>. [In Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 19.10.2022 (The article was received by the Editorial office on 10.19.2022)

Стаття рекомендована до друку 21.11.2022 (The article is recommended for publication on 11.21.2022)