

6. Сайко Х. Я.. Суб'єктно-особистісна готовність корекційного педагога до виховання дітей з аутизмом: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : 19.00.08 «Спеціальна психологія» / Х. Я. Сайко. – К., 2016. –19 с.
7. Томчук М.І. Соціально-психологічні проблеми розвитку особистості з особливими потребами / М.І. Томчук // Підготовка соціального працівника: надбання, проблеми, перспективи: зб. наук. пр. за результатами Всеукр. конф. / Університет «Україна». – Хмельницький, 2003. – С. 58-60
8. Bazaeva T. Роль личностных особенностей подростков с нарушениями опорнодвигательного аппарата в их психологической реабилитации // Проблемы профилактики инвалидности и реабилитации инвалидов с детства: Тез докл.— Ленинград, 1990.— С. 24—25.
9. Kateryna. O. Ostrovska, Ihor P. Ostrovsky, Khrystyna Y. Saiko. Interconnection between intellectual development levels and professional orientation of adolescents with autism // Koninskie Studia Spoleczno-Ekonomiczne, Tom 3, № 4, 2017. – P. 283-291.

References transliterated

1. Выготский Л.С. Собранные сочинения: в 6-ти т. / Л.С. Выготский. – Т. 5: Основы дефектологии / Л.С. Выготский / Под. ред. Т.А. Власовой. – М.: Педагогика, 1983. – 368 с.
2. Zemczova M. Y. Puty` kompensacy`y` slepoty v processe poznavatel`noy y` trudovoy deyatel`nosti`.— М.,1996.— С. 72—81
3. Leont`ev D. A., Aleksandrova L. A. Vyzov y`nvaly`dnosty`: ot problemy k zadache // Tret`ya Vserossy`jskaya nauchno-prakty`cheskaya konferencya po ekzy`stency`al`noj psy`xology`y`: Matery`aly soobshheny`j / Pod red. D. A. Leont`eva. М., 2010. — 180 s.
4. Lury`ya A. R. Vnutrennyaya karty`na bolezny` y` yatrogenные zabolevany`ya,— М.: Medy`cy`na, 1977.— 112 s.
5. Ostrovska K. O. Auty`zm: problemy` psy`xologichnoy dopomogy`. Navchal`ny`j posibny`k, 2006. – L`viv: Vy`davny`chy`j centr LNU imeni Ivana Franka. – 110 s.
6. Sajko X. Ya.. Sub'yektno-osoby`stisna gotovnist` korekciynogo pedagoga do vy`xovannya ditej z auty`zmozom: avtoref. dy`s. na zdobuttya nauk. stupenya kand. psy`xol. nauk : 19.00.08 «Special`na psy`xologiya» / X. Ya. Sajko. – К., 2016. –19 s.
7. Tomchuk M.I. Social`no-psy`xologichni problemy` rozvy`tku osoby`stosti z osoby`vy`my` potrebamy` / M.I. Tomchuk // Pidgotovka social`nogo pracivny`ka: nadbannya, problemy`, perspekty`vy`: zb. nauk. pr. za rezul`tatamy` Vseukr. konf. / Universy`tet «Ukrayina». – Xmel`ny`cz`ky`j, 2003. – С. 58-60
8. Bazaeva T. Rol` ly`chnostных osobennostej podrostkov s narusheny`yamy` opornodvy`gatel`nogo apparata v y`x psy`xology`cheskoj reaby`ly`tacy`y` // Problemy` profy`lakti`ky` y`nvaly`dnosty` y` reaby`ly`tacy`y` y`nvaly`dov s detstva: Tez dokl.— Leny`ngrad, 1990.— С. 24—25.
9. Kateryna. O. Ostrovska, Ihor P. Ostrovsky, Khrystyna Y. Saiko. Interconnection between intellectual development levels and professional orientation of adolescents with autism//Koninskie Studia Spoleczno-Ekonomiczne, Tom 3, #4, 2017. – P.283-291.

УДК 159.9.:316.6

orcid.org/0000-0002-5388-4829

doi.org/10.26661/2310-4368-2018-2-14-10

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ

I.I. Лепська

аспірантка кафедри теоретичної та практичної психології

Національного університету «Львівська політехніка»

iralepska@gmail.com

Лепська І.І. Особливості організаційної культури інформаційно-технологічних компаній. У статті розглянуто сучасний стан української галузі інформаційних технологій та проаналізовано останні дослідження тенденцій в управлінні персоналом. Здійснено теоретичний аналіз основних психологічних особливостей та визначено ключові компоненти організаційної культури інформаційно-технологічних компаній. Визначено, що особливості культури інформаційно-технологічних компаній пов'язані з особливостями самих організацій, які функціонують у глобальному, конкурентному та технологічному середовищі. Єдиної найкращої культури для всіх організацій цього типу не існує – у кожному випадку вона визначається цілями, специфікою діяльності та умовами функціонування організації. Зроблено висновки про необхідність подальшого дослідження феномену та формування організаційної культури інформаційно-технологічних компаній.

Ключові слова: інформаційно-технологічна компанія, організація, персонал, організаційна культура, гнучкість, адаптивність.

Lepska, I.I. Features of the organizational culture of information technology companies. The paper is dedicated to the psychological peculiarities of the organizational culture of information technology (IT) companies. In addition, the article considers the current state of the Ukrainian industry of information technologies and analyzes recent trends in human resource management. The field of information technology is the key driver of the Ukrainian

economy and counts about 3 000 companies, which employ more than 116 000 professionals. Employees are the main resource of any information technology company that creates new challenges for companies in terms of attracting and retaining them. Rapid technological development, demographic and geopolitical changes require flexibility and adaptability from organizations to remain competitive and successful. In the context of constant changes, organizational culture becomes as a competitive advantage that can not be copied and the only factor that business can control. The organizational culture of an IT company is defined as the underlying beliefs, assumptions, values and ways of interacting that contribute to the unique psychological environment of an organization. Organizational culture’s features of IT companies are determined by their functioning in a global, competitive and technological environment. Best practices analysis points to the fact that in a constantly changing environment, those companies that use human to human approach remain prosperous. From the literature review, the key components of the organizational culture of IT companies are identified as follows: 1) mission and values; 2) effective leadership; 3) engaged personnel; 4) flexible structure; 5) transparent communication. According to the researchers, in the future, these components will remain stable but their characteristics will change. The conducted theoretical analysis shows that the culture of IT companies requires further empirical research. It may lead us to new approaches to the building of an effective organizational culture which not only distinguishes one company from another, but also provides a successful functioning of the company in the long run.

Key words: information technology company, organization, personnel, organizational culture, flexibility, adaptability.

Постановка проблеми. Галузь інформаційних технологій (обробка, зберігання і передача даних) є ключовим драйвером української економіки та продовжує динамічно розвиватись. *Інформаційно-технологічна компанія* (далі – ІТ-компанія) – організація, яка займається виробництвом програмних продуктів та/або наданням програмних послуг, отримуючи від цього прибуток (SoftServe, Eleks, EPAM, GlobalLogic та інші). В Україні функціонує близько 3 тисяч таких компаній, в діяльності яких залучено понад 116 тисяч фахівців. За даними International Trade Centre, Україна входить у топ-25 найбільших експортерів технологічних послуг у світі, а українські спеціалісти створюють рішення для міжнародних компаній зі списку Global Fortune 500 (рейтинг найбільших корпорацій світу). Лише за останні десять років, починаючи з 2008 року, експортний потенціал індустрії інформаційних послуг України зріс майже у 6 разів і у 2017 році склав 3,6 млрд доларів США [10; 11]. Основними замовниками інформаційних послуг в ІТ-компаніях України є США та країни Європейського Союзу.

Успіх українських ІТ-компаній на світовому ринку, у першу чергу, забезпечується високим рівнем фаховості найманого персоналу. Працівники є основним ресурсом будь-якої інформаційно-технологічної компанії, адже саме люди створюють інновації та реалізують їх комерційний потенціал. Згідно з прогнозами, кількість працівників української галузі інформаційних технологій до 2020 року зросте до понад 240 тисяч [3]. Разом з тим, глобальні дослідження свідчать, що покоління Y (міленіали) до 2030 становитиме приблизно 75% світового ринку праці [24]. Все це в умовах мінливого середовища та постійних змін створює для компаній нові виклики з точки зору залучення та утримання працівників.

Бурхливий розвиток технологій, демографічні та геополітичні зміни вимагають від організацій гнучкості та адаптивності, щоб залишатись конкурентноздатними й успішними. Таким чином, *організаційна культура* постає саме тією конкурентною перевагою, яку неможливо скопіювати, і єдиним фактором, який бізнес може контролювати в умовах постійних змін. З цим твердженням згодні понад 80% керівників компаній з усього світу, за результатами глобального дослідження «Culture and change management survey», проведеного The Katzenback Center at Booz and Company [14]. Для більшості з них (87% респондентів) саме організаційна культура і залученість персоналу є пріоритетними питаннями в управлінні бізнесом.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Поняття організаційної культури та її вплив на ефективність діяльності організації досліджували такі іноземні вчені: П. Друкер, Е. Шейн, Ч. Хенді, Г. Хофстеде, К. Камерон, Р. Куїн, П. Харіс. Вивченням явища організаційної культури активно займаються також і українські науковці, зокрема Л. Карамушка, І. Сняданко, Н. Коломінський, В. Лозниця, В. Кравченко, А. Колот, Д. Богиня, В. Данюк, І. Мажура, Ж. Серкіс, К. Ушаков. Що стосується досліджень культури інформаційно-технологічних компаній, то в українському контексті вона частіше є об’єктом уваги з економічної точки зору, а її психологічні особливості не є достатньо вивченими.

Метою цієї статті є здійснення теоретичного аналізу психологічних особливостей організаційної культури інформаційно-технологічних компаній у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих результатів. Слід зазначити, що у наукових джерелах немає єдиного тлумачення терміну «організаційна культура», а також у багатьох дослідженнях фігурує поняття «корпоративна культура» – за В. Співаком, ці поняття можна вважати тотожними [8]. Як показують спостереження, перший термін є більш широко застосованим, але другий частіше вживається у сучасному бізнес середовищі.

I. Сняданко виділяє три основних підходи, в межах яких можна трактувати феномен організаційної культури: символічний, когнітивний та системний [7].

Символічний підхід, представниками якого є такі дослідники як Е. Шейн, Н. Леметр, С. Мішон, П. Штерн, А. Францев та інші, ґрунтується на уявленнях про нестабільність і невизначеність як характеристики, що притаманні організаціям. За рахунок того, що символ в нестабільному середовищі стає орієнтиром, значення якого однаково розуміють усі члени організації, він використовується ними для зниження рівня невизначеності. У руслі такого підходу знаходиться визначення організаційної культури, дане французькими соціологами С. Мішоном і П. Штерном: «Організаційна культура – це сукупність поведінок, символів, ритуалів і міфів, які відповідають певним цінностям, що властиві організаціям, та передаються кожному члену із уст в уста як життєвий досвід» [12].

Е. Шейн вважав, що культуру групи можна вивчати трьома способами: розглядаючи її артефакти, такі як фізичний простір і поведінка; вивчаючи переконання та цінності членів групи; або дивлячись глибше, щоб дістатися основ, на яких базуються згадані цінності [22]. У цьому контексті, А. Грант зауважував, що люди складають враження про сильну культуру завдяки артефактам, тому що вони найпомітніші, але цінності й те, на чому вони базуються, мають набагато більше значення [15].

У межах когнітивного підходу феномен організаційної культури розглядали вчені К. Камерон, Р. Куїн, Дж. Рорбах, У. Оучі, Т. Парсон та інші. Когнітивний підхід розглядає культуру як «систему знань, вірувань і правил», яка існує у свідомості членів організації. Дані когнітивні патерни і моделі представляють собою репрезентації соціальних взаємозв'язків, виробничих відносин, а також усього спектру організаційних факторів. Ці когнітивні репрезентації формуються у процесі набуття людиною організаційного досвіду і регулюють його організаційну поведінку. Завдання організації тут – свідомо координувати колективні дії персоналу, в ході яких він породжує сенс існування організації в цілому і своєї праці зокрема [19].

Системний (цілісний) підхід, в становленні якого значну роль відіграли дослідження В. Сате, В. Снеткова, В. Співака, Ж. Серкіс, П. Харіса і Р. Морана та інших, у ролі основної культурної детермінанти розглядає організаційний клімат як сукупність об'єктивних властивостей організації (формальна структура, стиль керівництва, цілі організації тощо), з одного боку, і як психологічного середовища (суб'єктивні враження, сприйняття організації зі сторони її працівників), з іншого боку. Культура в межах даного підходу визначається або через зразки поведінки, комунікації і ставлення до матеріальних засобів членів організації, або на основі існуючих вірувань, цінностей та ідей, що об'єднують людей в одне ціле [12; 17].

На основі останнього підходу дослідниками Ф. Харісом та Р. Мораном були запропоновані десять характеристик організаційної культури, розділяючи які працівники створюють своє фізичне та інтелектуальне середовище, здійснюють дії, які адекватно сприймаються іншими, виявляють зрозумілі всім почуття та емоції. Все це сприймається новими членами команди, допомагає їм засвоїти культуру організації та дати власне визначення подіям.

Отже, до основних характеристик організаційної культури належать: 1) усвідомлення себе і свого місця в організації; 2) комунікативна система і мова спілкування; 3) зовнішній вигляд, одяг і представлення себе на робочому місці; 4) що і як їдять люди, традиції та звички в цій сфері; 5) усвідомлення часу, відношення до нього і його використання; 6) взаємовідносини між людьми; 7) цінності та норми; 8) віра у щось (чи когось) і ставлення до чогось (чи когось); 9) процес розвитку працівника і навчання, планування кар'єри; 10) трудова етика та стимулювання [16]. Зазначені характеристики організаційної культури визначають її концепцію в цілому. У будь-якій організаційній культурі потенційно закладено безліч субкультур, які виникають у випадку протиріч між складовими цілісної концепції [22].

Таким чином, часто організаційна культура трактується як філософія управління, цінності, вірування, очікування і норми, прийняті працівниками організації, що лежать в основі взаємодій як усередині, так і за межами організації.

Також можна стверджувати, що організаційна культура – це переконання, норми поведінки, установки і цінності, які є тими неписаними правилами, що визначають як повинні працювати і поводити себе люди в певній організації. Це унікальна «духовна програма», що відображає «індивідуальність» організації.

Усі ці підходи до визначень і тлумачень організаційної культури не суперечать один одному – у них переважають спільні моменти. Так, у більшості визначень автори посилаються на зразки базових уявлень, якими керуються члени організації у своїй поведінці та діях. Цінності, яких дотримується індивід, є ще однією загальною категорією, що включається авторами у визначення організаційної культури. Вони орієнтують індивіда на те, яку поведінку слід вважати прийнятною, а яку – ні. Так, у деяких організаціях вважається, що «клієнт завжди правий», а в інших може бути навпаки. Однак і в тому, і в іншому випадку прийнята цінність допомагає індивіду зрозуміти те, як він має діяти в конкретній ситуації. Третім загальним атрибутом терміну організаційної культури вважається «символіка», за допомогою якої цінності транслиуються членам організації [22]. Багато компаній мають спеціальні, призначені для всіх документи, в яких вони детально описують свої цінності. Однак зміст і значення цінностей найбільш повно розкриваються через історії, які існують в організації й іноді більше впливають на індивідів, ніж те, що офіційно записано.

Узагальнюючи те, що притаманне багатьом визначенням, можемо розуміти термін «організаційна культура» наступним чином. *Організаційна культура* – це система найважливіших колективних уявлень, які приймаються членами організації та виражаються у цілях, цінностях, нормах, правилах поведінки і санкціях, що проголошуються організацією, регулюючи поведінку та дії людей.

Організаційну культуру інформаційно-технологічної компанії (ІТ-компанії) можна визначити як сукупність характерних для персоналу цілей, цінностей, норм, та правил поведінки, які суттєво впливають на міжособистісну взаємодію працівників та діяльність організації загалом.

Аналіз найкращих практик вказує на те, що у мінливому середовищі успішними залишаються ті компанії, які *орієнтовані на людей* (Human to human approach). Це означає, що вони ретельно підходять до побудови трудової екосистеми: чітко формують власну місію та цінності, унікальну пропозицію як роботодавця, передбачають та розвивають у своїх працівників навички, які їм знадобляться у майбутньому, управляють залученістю та задоволеністю персоналу [4]. Прикладами таких технологічних компаній є Google та Facebook, яких називають «роботодавцями мрії», тому що вони цінують персонал, вдосконалюють умови праці і створюють середовище для генерації ідей, забезпечуючи своїм працівникам можливість здобути найкращий робочий досвід.

Огляд сучасної психолого-управлінської літератури [1-4; 6; 21-24] дозволяє виділити такі основні *компоненти організаційної культури інформаційно-технологічних компаній*:

1) *Місія та цінності*, які надихають та об'єднують людей. Місія відображає те, заради чого існує компанія, та скеровує працівників в одному напрямку, відповідаючи на питання: «Що, як і для кого робить компанія?». Наприклад, місія компанії SoftServe звучить так: «Дати змогу талановитим людям змінювати світ».

А. Грант пише про вплив місії не лише на відчуття щастя, а й на продуктивність [15]. Більше того, згідно з дослідженням EY [18], 87% лідерів вважає, що організації, які мають визначений і осмислений сенс існування, є більш успішними фінансово. Такого ж висновку дійшов Д. Коллінз, проаналізувавши діяльність всесвітньо відомих компаній, які протягом п'ятнадцяти років демонстрували стабільно високі прибутки та залишились успішними, незважаючи на кризу [6].

Цінності повинні описувати щоденну поведінку співробітників і визначати їх дії. Цінності, які зустрічаються найчастіше – орієнтація на клієнта, відповідальність і саморозвиток [4]. Цінності, які організація декларує, повинні якщо не повністю поділятися працівниками, то принаймні сприйматися ними позитивно. Якщо зміст організаційної культури відповідає основним потребам та інтересам працівників компанії, можна стверджувати, що організаційна культура компанії для них є привабливою.

2) Ключову роль у формуванні культури інформаційно-технологічних організацій відіграє *ефективне лідерство*. Сьогодні на зміну менеджеру-контролеру, основною задачею якого було досягнення поставлених бізнес-цілей, приходять лідер, який здатний піклуватися про благополуччя працівників та власним прикладом вести їх за собою.

Існує безліч підходів до визначення лідерства, що лише підкреслює важливість цього явища. Останні дослідження, проведені Ivey Ilnatowycz Institute for Leadership, пропонують модель, відповідно до якої основними компонентами лідерства є характер, компетенції та відданість [20]. П. Ленсіоні, аналізуючи основні дисфункції команди, однією з ключових компетенцій сучасного лідера вважає вміння формувати у команді довіру [21]. У свою чергу, С. Кові наголошує, що лідерство повинно фокусуватись на людях, а не речах; на перспективах, а не поточних проблемах; на розвитку стосунків, а не матеріальному забезпеченні [5].

3) *Залучений персонал* як ключовий ресурс інформаційно-технологічної компанії. Залученість – це стан емоційної та інтелектуальної віддачі працівників, який їх мотивує, стимулює і надихає виконувати свою роботу, незважаючи на інші фактори [4]. В умовах «війни за таланти» управління залученістю працівників є пріоритетом для більшості сучасних інформаційно-технологічних компаній [23]. Особливості роботи з поколінням Y ускладнюють залучення та утримання талантів – воно є найменш лояльним порівняно з іншими поколіннями, а його представники готові змінювати місце праці кожні 3 роки або частіше. При цьому, 88% респондентів в Україні відчувають різницю у ставленні до роботи кандидатів різних поколінь, але лише 58% організацій відповідно адаптують свої підходи до управління персоналом [9].

Огляд професійної літератури та аналіз успішних практик свідчить, що компанії, яким вдається підтримувати високий рівень залученості персоналу, демонструють кращі бізнес-результати, а саме – нижчий рівень плинності кадрів та абсентизму (ухилення від виконання робочих обов’язків), вищу продуктивність працівників, що у свою чергу веде до підвищення лояльності та задоволеності клієнтів.

4) *Гнучка організація праці*, яка дозволяє компаніям мислити і діяти швидко. Серед найбільш прогресивних компаній спостерігається тенденція до ліквідації зайвих рівнів ієрархії та спрощення організаційних структур, які стають більш плоскими, гнучкими та адаптивними. Поняття робочого місця стає все більш абстрактним – працівники можуть працювати з будь-якого місця у світі, при цьому залишаючись на зв’язку. Існують компанії, які пішли ще далі і запровадили *холократію* – метод організації праці, у якому саморегульовані команди здатні керувати процесом на свій розсуд та вирішувати задачі без формально визначених керівників [4]. Таким чином, працівники мають можливість самостійно приймати рішення та брати на себе відповідальність (ownership).

Останнім часом говорять про таку характеристику організації як *резилієнтність* (resilience) – здатності системи зберігати стійкість і життєздатність під впливом зовнішніх змін [13]. По суті, ця властивість тісно пов’язана з гнучкістю й означає вміння організації тримати удар та швидко відновлюватись після нього.

5) *Прозора комунікація* всередині та поза межами організації. У зв’язку зі стрімким розвитком інформаційних технологій (таких як соціальні мережі, мобільні додатки тощо), комунікація зазнає змін і будується на принципі прозорості. Наприклад, у Google новий інженер-програміст отримує доступ майже до всіх кодів у перший день [1]. У багатьох ІТ-компаніях існують внутрішні мережі, де лежать сценарії дій, плани запусків, звіти про тижневий прогрес співробітників, разом із щоквартальними цілями працівників та команд. Так, поширення набуває нова методологія постановки цілей та ключових результатів *OKR (Key Objectives and Results)*. На відміну від традиційних підходів, вона передбачає абсолютну відкритість та гарантує працівникам/командам різного рівня доступ до стратегічних цілей компанії, що у свою чергу підвищує взаємодію та згуртованість колективу [2].

Також ефективній комунікації сприяють: її зв’язок з цінностями, які декларуються в організації; наявність захоплюючого візуального контенту; використання усіх можливих каналів комунікації (омніканальність); забезпечення можливості працівникам висловлювати свою думку щодо функціонування організації тощо. Дослідження свідчать, що завдяки регулярному обміну даними підвищуються показники продуктивності організації [4].

Висновки та перспективи подальшого дослідження. У ході технологічного прогресу організації інвестують в різноманітні інструменти автоматизації для досягнення бізнес-цілей та відповідним чином змінюють операційні моделі діяльності. Проте, організаціям слід ще навчитися максимально ефективно поєднувати роботу технологій та людини. Для цього потрібне відповідне середовище, де здійснюються інвестиції не лише в технологію, а й в культуру – унікальну конкурентну перевагу, яку неможливо скопіювати. Ефективна організаційна культура не лише відрізняє одну компанію від іншої, а й забезпечує успішне функціонування організації у довготерміновому періоді.

Особливості культури інформаційно-технологічних компаній пов’язані з особливостями самих організацій, які функціонують у глобальному, конкурентному та технологічному середовищі. Єдиною найкращою культурою для всіх організацій цього типу не існує – у кожному випадку вона визначається цілями, специфікою діяльності та умовами функціонування організації. Проте, можна визначити ключові компоненти організаційної культури, які, на думку дослідників, у майбутньому залишатимуться сталими – змінюватимуться лише їхні характеристики, щоб відповідати новому профілю працівника та роботодавця.

Проведений теоретичний аналіз свідчить, що культура інформаційно-технологічних компаній потребує подальшого емпіричного дослідження, у результаті якого можуть бути запропоновані нові підходи до формування ефективної організаційної культури.

Література

1. Бок Л. Работа рулит! Уроки Google: правила гри у команді мрії / пер. з англ. Анастасія Дудченко. – 2-ге вид. – Київ: Наш формат, 2017. – 424 с.
2. Доер Дж. Мір'яй важливе. OKR: проста ідея зростання вдсятеро / Переклад з англійської Дениса Суворова. – Київ: Yakaboo Publishing, 2018. – 296 с.
3. Дослідження PwC по IT-індустрії у 2016 [Електронний ресурс] // European Business Association. – Режим доступу: https://eba.com.ua/static/export_it_industryfinal_29092016.pdf
4. Как построить организацию будущего: новые тенденции в управлении персоналом [Электронный ресурс] // Kyivstar Business Hub. – Режим доступа: <https://bit.ly/2zB546y>
5. Кови С. Лидерство, основанное на принципах. – Альпина Паблишер, 2013. – 302 с.
6. Коллінз Дж. Від хорошого до величного. Чому одні компанії прориваються, а інші – ні / пер. з англ. Оксана Савчин. – К.: Наш Формат, 2017. – 368 с.
7. Сняданко І. І. Соціально-психологічні умови формування організаційної культури промислового підприємства: дис.. канд. психол. наук: 19.00.05 / АПН України; Інститут психології ім. Г. С. Костюка. — К., 2007. — 333 с.
8. Спивак В. А. Корпоративная культура. – Санкт-Петербург, 2001. – 352 с.
9. Стратегічні перспективи ринку праці України 2017 [Електронний ресурс] // ЕУ. – Режим доступу: <https://go.ey.com/2FTQJ2A>
10. Українська IT-індустрія: загальні дані та рівень спеціалістів [Електронний ресурс] // IT Ukraine Association. – Режим доступу: <https://bit.ly/2FRnJkf>
11. Що ви знаєте про українську IT-індустрію? [Електронний ресурс] // European Business Association. – Режим доступу: <https://eba.com.ua/know-ukrainian-industry/>
12. Элвессон М. Организационная культура / Пер. с англ. – Х.: Гуманитарный центр, 2005. – 460 с.
13. Adaptive organizational resilience: an evolutionary perspective. Ian P McCarthy, Mark Collard, Michael Johnson [Electronic resource] // Science Direct. – Retrieved from: <https://bit.ly/2Rsn2iE>
14. Culture's role in enabling organizational change. Culture and change management survey [Electronic resource] // Strategy&. – Retrieved from: <https://pwc.to/2ph0K9A>
15. Grant A. Give and Take: A Revolutionary Approach to Success. – New York: Viking, 2013. – 320 p.
16. Harris P. P. & Moran R. T. Managing Cultural Differences. – Gulf Publishing Company, 1991. – 609 p.
17. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind. – London: Mc Graw-Hill, 2010. – 360 p.
18. In a digital world, how can being human be key to unlocking more growth? 100% human at work [Electronic resource] // EY. – Retrieved from: https://www.ey.com/en_gl/workforce/humanatwork
19. Kameron Kim S., Quinn Robert E. Diagnosing and Changing Organizational Culture. Based on the Competing Values Framework. – Third Edition. – Jossey-Bass: A Wiley Imprint, 2011. – 268 p.
20. Leadership Research. Creating the ideas and insights of leader character [Electronic resource] // Ian O. Ichnatowycz Institute For Leadership. – Retrieved from: <https://www.ivey.uwo.ca/research/>
21. Lencioni P. The five dysfunctions of a team: a leadership fable. – First edition. – Jossey-Bass: A Wiley Imprint, 2002. – 230 p.
22. Schein E. H. Organizational Culture and Leadership. – Fifth edition. – Hoboken: Wiley, 2017. – 384 p.
23. The talent challenge: Rebalancing skills for the digital age [Electronic resource] // PwC. – Retrieved from: <https://pwc.to/2t3mNQ0>
24. The upside of disruption. Megatrends shaping 2016 and beyond [Electronic resource] // EY. – Retrieved from: <https://www.ey.com/gl/en/issues/business-environment/ey-megatrends>

Reference translated and transliterated

1. Adaptive organizational resilience: an evolutionary perspective. Ian P McCarthy, Mark Collard, Michael Johnson [Electronic resource] // Science Direct. – Retrieved from: <https://bit.ly/2Rsn2iE>
2. Alvesson M. Understanding Organizational Culture. – SAGE Publications, 2002. – 460 p.
3. Bock L. Work Rules!: Insights from Inside Google That Will Transform How You Live and Lead. – First edition. – Hachette Book Group: UK, 2015. – 416 p.
4. Collins J. Good to Great: Why Some Companies Make the Leap... And Others Don't. – Harper Business, 320 p.
5. Covey S. R. Principle-Centered Leadership. – First Fireside Edition. – Fireside: New York, 1992. – 337 p.
6. Culture's role in enabling organizational change. Culture and change management survey [Electronic resource] // Strategy&. – Retrieved from: <https://pwc.to/2ph0K9A>

7. Doerr J. Measure What Matters: How Google, Bono, and the Gates Foundation Rock the World with OKRs. – Portfolio/Penguin: New York, 2018. – 320 p.
8. Doslidzhennia PwC po IT-industrii u 2016 [Elektronnyi resurs] // European Business Association. – Rezhym dostupu: https://eba.com.ua/static/export_it_industryfinal_29092016.pdf
9. Grant A. Give and Take: A Revolutionary Approach to Success. – New York: Viking, 2013. – 320 p.
10. Harris P. P. & Moran R. T. Managing Cultural Differences. – Gulf Publishing Company, 1991. – 609 p.
11. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind. – London: Mc Graw-Hill, 2010. – 360 p.
12. In a digital world, how can being human be key to unlocking more growth? 100% human at work [Electronic resource] // EY. – Retrieved from: https://www.ey.com/en_gl/workforce/humanatwork
13. Kak postroit' organizaciyu budushchego: novye tendencii v upravlenii personalom [Elektronnyj resurs] // Kyivstar Business Hub. – Rezhim dostupa: <https://bit.ly/2zB546y>
14. Kameron Kim S., Quinn Robert E. Diagnosing and Changing Organizational Culture. Based on the Competing Values Framework. – Third Edition. – Jossey-Bass: A Wiley Imprint, 2011. – 268 p.
15. Leadership Research. Creating the ideas and insights of leader character [Electronic resource] // Ian O. Ichnatowycz Institute For Leadership. – Retrieved from: <https://www.ivey.uwo.ca/research/>
16. Lencioni P. The five dysfunctions of a team: a leadership fable. – First edition. – Jossey-Bass: A Wiley Imprint, 2002. – 230 p.
17. Schein E. H. Organizational Culture and Leadership. – Fifth edition. – Hoboken: Wiley, 2017. – 384 p.
18. Shcho vy znaiete pro ukrainsku IT-industriiu? [Elektronnyi resurs] // European Business Association. – Rezhym dostupu: <https://eba.com.ua/know-ukrainian-industry/>
19. Sniadanko I. I. Sotsialno-psykholohichni umovy formuvannya orhanizatsiinoi kultury promysloвого pidpriemstva: dys.. kand. psykhol. nauk: 19.00.05 / APN Ukrainy; Instytut psykholohii im. H. S. Kostiuka. – K., 2007. – 333 s.
20. Spivak V. A. Korporativnaya kul'tura. – Sankt-Peterburg, 2001. – 352 s.
21. Stratehichni perspektyvy rynku pratsi Ukrainy 2017 [Elektronnyi resurs] // EY. – Rezhym dostupu: <https://go.ey.com/2FTOJ2A>
22. Stratehichni perspektyvy rynku pratsi Ukrainy 2017 [Elektronnyi resurs] // EY. – Rezhym dostupu: <https://go.ey.com/2FTOJ2A>
23. The talent challenge: Rebalancing skills for the digital age [Electronic resource] // PwC. – Retrieved from: <https://pwc.to/2t3mNQ0>
24. The upside of disruption. Megatrends shaping 2016 and beyond [Electronic resource] // EY. – Retrieved from: <https://www.ey.com/gl/en/issues/business-environment/ey-megatrends>

УДК 159.923.2

orcid.org/0000-0003-0615-250X

doi.org/10.26661/2310-4368-2018-2-14-11

АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ПОНЯТТЯ «СТИЛЬ ЖИТТЯ ОСОБИСТОСТІ» В ПСИХОЛОГІЇ

О.Г. Малина

кандидат психологічних наук, доцент кафедри психології

Запорізького національного університету

lenamalina1975@gmail.com

Малина О.Г. Аналіз теоретичних підходів до поняття «стиль життя особистості» в психології. У статті проаналізовано основні методологічні підходи до розуміння природи феномену стилю життя особистості та його основних ознак. Стиль життя особистості розглядається як структура, що забезпечує варіативність життєдіяльності людей у суспільстві; виступає як форма самопрояву, самоствердження і самовдосконалення особистості і визначається як індивідуально-своєрідна цілісна система стійких засобів та форм опосередкування особистістю об'єктивних умов життєдіяльності, яка формується на основі потреб та здібностей і проявляється в процесі реалізації життєвої мети та планів особистості. На основі аналізу сучасних теоретичних та емпіричних досліджень феномен стилю життя особистості розглянуто як особливий індивідуальний спосіб здійснення особистістю обраного нею життєвого шляху, сукупність моделей поведінки, що фіксують усталено відтворювані риси, манери, нахили, тобто спосіб, яким людина як суб'єкт здійснює своє життя. Застосовано суб'єктний підхід до вивчення стилю життя і проведено категоріальний аналіз поняття «суб'єкт стилю життя», що дозволив розглядати стиль життя особистості як динамічну категорію, що відображає можливість його розвитку і характеризує змінюваність, безперервний перехід якості способу організації життєдіяльності особистості та виділити компенсаторну, адаптивну, диференційну, формоутворюючу, системоутворюючу, інтегративну функції стилю життя особистості.

Ключові слова: стиль життя особистості, суб'єкт стилю життя, структура, функції, життєвий шлях.

Malyna, O.H. Analysis of theoretical approaches to the concept of "lifestyle of personality" in psychology.

The article outlines the results of working out scientific literature on the problem, analyzes the main methodological approaches to understanding the nature of the phenomenon of a person's lifestyle and its main features. The style of