

ІНСТИТУЦІАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН ЯК УМОВА БУТТЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

М. Й. Дмитренко

кандидат філософських наук, доцент

Черкаський інститут банківської справи УБС НБУ, Черкаси, Україна

cibs@uxts.bank.gov.ua

У статті звернено увагу на складну природу корпоративної культури підприємства через зумовленість її формування і розвитку на засадах цінностей, традицій, соціальних зв'язків тощо. Висвітлено інституційний підхід до дослідження соціальних відносин і корпоративної культури в організації. Підкреслено різномірний характер інституціоналізму як явища, для чого викладено різнобічні його тлумачення. Розглянуто методологічні відмінності двох основних шкіл – «раннього» інституціоналізму і неінституціоналізму. Автором зауважено, що ще і дотепер немає спільної наукової думки стосовно єдиної класифікації різних напрямів і концепцій, що виникли в рамках інституційної теорії. Також простежено розвиток концепції соціального інституту, виокремлено основні тенденції у дослідженнях сучасного напрямку інституціоналізму, розкрито три підходи до вивчення корпоративної культури та її розуміння в поведінковій, ціннісній і нормативній площинах.

Ключові слова: корпоративна культура, інституціоналізм, соціальний інститут, соціальні відносини, соціально-трудова відносина.

INSTITUTIONALIZATION OF SOCIAL RELATIONS AS A CONDITION OF EXISTENCE OF CORPORATE CULTURE

M. J. Dmytrenko

PhD in Philosophy, Associate professor

Cherkasy Institute of Banking of the University of Banking

of the National Bank of Ukraine, Cherkasy, Ukraine

cibs@uxts.bank.gov.ua

In the article paid attention to difficult nature of corporate culture of enterprise through the conditionality of her forming and development on principles of values, traditions, social connections and others like that. The institutional going is reflected near research of social relations and corporate culture in organization. Heterogeneous character of institutionalization as phenomena is underline, what his scalene interpretations are expounded for. The methodological differences of two basic schools are considered – «early» institutionalization and neoinstitutionalization. It is noticed an author, that yet and to this day there is not general scientific thought in relation to only classification of different directions and conceptions that arose up within the framework of institutional theory. Development of conception of social institute is also traced, basic tendencies are distinguished in researches of modern direction of institutionalization, three going is exposed near the study of corporate culture and her understanding in behavioral, valued and normative planes.

Keywords: corporate culture, institutionalization, social institute, social relations, social labour relations.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Динамічні темпи розвитку сучасного ринку все наполегливіше ставлять перед різними економічними суб'єктами завдання своєчасного та адекватного реагування на запити внутрішнього та зовнішнього середовища. Запровадження підприємством того чи іншого продукту потребує змін як технології виробництва, так і структури взаємозв'язків та соціально-трудова відносин всередині фірми та ззовні. Без цього неможливо ефективно конкурувати, утримувати провідні позиції, бути лідером на ринку. Важливою складовою системи забезпечення конкурентоспро-

жності підприємства має бути оптимізація соціально-трудових відносин, формування й подальший прогресивний розвиток корпоративної культури.

Дане питання у своїх працях висвітлювали як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: С. Макеєв, В. Матусевич, Ю. Чернецький, А. Керролл, Д. Виндзор, Р. Штойер, Ю. Красовський, Ю. Давидов та ін. [1-4; 7; 10; 12-16; 18-26; 29; 30]. У цій статті поставлено за мету висвітлення найбільш поширених сучасних стратегій вивчення соціальних інститутів, відповідно до чого виділити найбільш загальні тенденції у логіці застосування інституційного підходу до вивчення суспільних явищ.

У наш час у світовій навчальній і діловій літературі, присвяченій проблемам відношення бізнесу і суспільства, використовується велика кількість концепцій, які мають відношення до корпоративної соціальної відповідальності. Серед них найбільшу популярність отримали наступні: власне «соціальна корпоративна відповідальність», «корпоративна соціальна сприйнятливість», «корпоративна соціальна сумлінність», «етика бізнесу», і «корпоративна філантропія», «соціальні проблеми», «корпоративна соціальна діяльність», «менеджмент зацікавлених сторін» [26; 27].

Стосовно самого тлумачення поняття «інституціоналізм», то їх є декілька, зокрема:

Інституціоналізм – система філософських і математичних ідей і методів, зв'язаних з розумінням математики як сукупності «інтуїтивно переконливих» розумових побудов. З погляду інтуїціонізму, основним критерієм істинності математичної думки є інтуїтивна переконливість можливості проведення уявного експерименту, що пов'язується з цією думкою. Тому в інтуїціоністській математиці відкидається теоретико-множинний підхід до визначення математичних понять, а також деякі способи міркування, прийняті у класичній логіці.

Інституціоналізм – напрям сучасної економічної думки, об'єктами дослідження якого є певні інститути (корпорація, держава, профспілки), а також правові, психологічні та морально-етичні аспекти. Ці інститути, на думку представників інституціоналізму, – рушійні сили розвитку суспільства. Теоретики інституціоналізму критикували вади традиційної економічної школи за відрив від соціальних проблем, виступали за соціологізацію економічної науки. Теоретики-інституціоналісти враховують такі нові явища сучасного суспільства, як планування і прогнозування, розширення внутрішнього ринку за допомогою орієнтації на масове споживання.

Інституціоналізм – напрям в економічній думці, що робить основний акцент на аналізі інституцій. Термін «інституціоналізм» (англ. institutionalism від лат. institutio – спосіб дії, звичай, напрям, вказівка) був прийнятий для позначення системи поглядів на суспільство й економіку, в основі якої лежить категорія інституції, що становить кістяк соціально-економічних надбудов прихильників даного напрямку.

РЕЗУЛЬТАТИ ТЕОРЕТИЧНОГО АНАЛІЗУ ПРОБЛЕМИ

Власне всю історію інституціоналізму як загального напрямку економічної згоди можна розглядати в аспекті протистояння (у першу чергу саме в методологічному плані) з неокласикою.

Інституціоналізм за своєю суттю є надзвичайно різномірним явищем. Фактично, єдине, що об'єднує різні школи інституціоналізму, є акцентування уваги на дослідженні та аналізі інституцій. Необхідно зауважити, що саме ця особливість інституціоналізму підкреслює суспільний характер економічної науки. Серед дослідників історії економічної думки дотепер немає спільної думки стосовно єдиної класифікації різних напрямів та концепцій, що виникли в рамках інституціоналізму. У цілому, в рамках інституціоналізму, як загального напрямку економічної думки, що займається дослідженням інституцій, можна виділити дві основні школи, які, у свою чергу, є також неоднорідними та складаються з різних течій та концепцій – це «старий» інституціоналізм, та неінституціоналізм. В основі поділу лежать особливості методології цих шкіл [8].

Історично першою школою інституціоналізму був «старий» інституціоналізм, його також нерідко називають американським інституціоналізмом або раннім інституціоналізмом. Найвизначнішими представниками «старого» інституціоналізму є Торстейн Веблен [6], Джон Коммонс, Уелслі Мітчелл, Джон Гелбрейт. Незважаючи на значне коло проблем, охоплюване у роботах значених економістів, їм не вдалося утворити власну єдину дослідницьку програму, розробити єдиний методологічний апарат. Це значною мірою пов'язано з особливостями методології, що застосовувалась представниками «старого» інституціоналізму.

Концепція соціального інституту розвивалася поступово. Найбільш поширене протягом двадцятого сторіччя уявлення соціальних інститутів бере початок у роботі Герберта Спенсера. Спенсер розглядав суспільство як органічну систему, яка розвивається з часом [28]. Адаптація системи до середовища здійснюється спеціальними «органами», впорядкованими в інституційні підсистеми.

Загальні концепції Спенсера були розвинені Вільямом Гремом Самнером. Для Самнера «інституція складається з концепції (ідеї, доктрини) та структури». Концепція визначає мету або

функції інституції; структура ж включає в себе ідею інституції, а також інструменти, за допомогою яких ідея втілюється в життя. За Самнером, такі інституції розвиваються повільно, поступово, але можуть також бути створені з усвідомленим наміром.

Наступні покоління соціологів відкинули біологічні/еволюційні аналогії Спенсера та Самнера, однак визнавали соціальні інститути сферою особливого інтересу для соціології. Так, майже кожен значний соціологічний текст за останні сто років відзначав не лише важливість розрізнення рівнів (індивідів, груп, спільнот, суспільств), а й функціональне розрізнення соціального життя на сфери – політика, економіка, релігія тощо – кожною з яких керують певні інститути [13].

Помітну увагу розглядові низки інститутів приділяв і Карл Маркс. Він розумів соціальні інститути як форми організації та врегулювання соціальної діяльності, обумовлені соціальними, в першу чергу, виробничими стосунками. Для Маркса робота в капіталістичному суспільстві більше не була виявом творчої продуктивності; це була відчужена праця. Природа та значення роботи змінилися під впливом структур пригнічення та експлуатації. Ці структури, які включають норми, переконання та владні відносини, є продуктом людських ідей та вчинків, але вони видаються зовнішніми відносно їх учасників.

Розгляд соціальних інститутів у функціоналістському ключі продовжив Еміль Дюркгейм [11], який вважав інститути важливим засобом самореалізації для людини. Протягом життя його уявлення соціальних інститутів змінювалось, однак у зрілому формулюванні він наголошує на важливості ролі, яку грають символічні системи, поруч зі спільними когнітивними схемами, які, якщо і не виражено релігійні, все одно мають моральний або духовний характер. Ці системи, хоча і є продуктом людської взаємодії, відчуються індивідом як об'єктивні. Ці символічні системи – знань, вірувань та моральної влади – і є, за Дюркгеймом, соціальними інститутами.

Інший представник структурно-функціоналістського напрямку мислення Толкотт Парсонс будує концептуальну модель суспільства [17], розуміючи його як систему соціальних відносин та інститутів. При цьому останні трактуються як в особливий спосіб організовані «вузли» соціальних відносин; вони виступають як специфічні ціннісно-нормативні комплекси, що регулюють поведінку індивідів, а також як стійкі конфігурації, які формують статусно-рольову структуру суспільства. Інституційній структурі суспільства відводиться важлива роль, оскільки саме вона покликана забезпечити соціальний порядок, стабільність та інтеграцію суспільства [21].

Одним з основних творців інституційної теорії був Макс Вебер. Хоча він не наголошував на понятті інституту, його робота [5] просякнута намаганням зрозуміти способи, в яких культурні ролі є визначальними для соціальних структур та соціальної поведінки. Наприклад, його відома типологія систем влади – традиційна, харизматична та раціонально-легальна – характеризують різні типи адміністрації, які різняться між собою, в основному, типами переконань та культурних систем, які легітимізують керівництво.

Далі розглянемо тенденції теоретизування та напрями досліджень у сучасному інституціоналізмі.

Сучасні соціологи продовжують розвивати та переосмислювати ідеї їхніх численних та різноманітних попередників. Деякі продовжують вивчати різні інституційні сфери, які утворюють суспільство. Інші досліджують способи, в які індивіди наділяються владою та обмежуються спільними нормативними системами. А дехто вивчає шляхи, якими символічні системи (культурні ролі та схеми) формують і підтримують соціальне життя [8].

Саме інституціалізація соціальних відносин є умовою буття корпоративної культури, яку можна розглядати як:

- незалежну зовнішню складову, внесену в організацію ззовні,
- внутрішню складову організації,
- складову сутності організації.

Згідно першого підходу, культура виступає як сукупність уявлень та цінностей, які у людині формуються під впливом суспільства, суспільної діяльності, соціальної взаємодії в родині, групі, колегами, тощо.

Другий підхід акцентує увагу на ролі самого підприємства в створенні власної культури – керівництво організації створює за допомогою норм, правил, корпоративних цілей та структури таке специфічне середовище, в якому проявляються унікальні, властиві лише даній організації ритуали, легенди, традиції, церемонії, тощо.

Корпоративну культуру також розглядають як іманентну сутнісну характеристику організації – до цього зводиться суть третього підходу. Культуру в даному випадку визначають не як внутрішній чи зовнішній елемент, а як саму організацію [9].

Корпоративна культура переважно розглядається у поведінковому, ціннісному та нормативному аспектах. Наприклад, у спеціальному масштабному дослідженні С. В. Лукова [15], яке побудоване на базі тезаурусного підходу, виділяються декілька груп понять, які здатні описати

предметне поле корпоративної культури. Такий підхід дозволяє розглядати корпоративну культуру як певного роду контекст або середовище, в якому розгортаються трудові відносини в колективі.

Перша група понять відображає поведінковий зріз досліджуваного феномену, до неї входять такі ключові слова: поведінка, група, формальні та неформальні відносини, зовнішнє середовище, взаємодія та взаємозв'язок, об'єднання, співпраця, адаптація, прийняття рішень, внутрішня інтеграція. Ці поняття переважно характеризують взаємодію власників і найманих робітників, керівників та підлеглих, практику управління персоналом і готовність персоналу до підпорядкування управлінським рішенням.

Поняття другої групи, яка описує ціннісний аспект корпоративної культури, є такими: цінності, цілі, переконання, очікування, уявлення, символи, вірування, міфи, установки, знання, моральний клімат, особистість. Головне значення тут має спрямованість діяльності організації, пріоритети керівництва та персоналу, найважливіші сторони роботи організації й в цілому те, чого очікують від своєї взаємодії всі робітники.

Третя група пов'язана з правилами організації, вона включає такі поняття: норми, правила, ритуали, традиції, взірці та стереотипи поведінки, звички, мова. Ця група характеризує норми організації, внутрішні правила, яким підпорядковуються її члени. Це накази, інструкції, інші формалізовані або документовані рішення, а також негласні вимоги, які регламентують колективну взаємодію [9].

ВИСНОВКИ

Формування ефективної корпоративної культури підприємства є досить складним завданням, оскільки оперує такими категоріями як базові й поділювані цінності, норми поведінки, традиції, колективна пам'ять, мотиваційні очікування, задоволеність працею, що піддаються в основному лише якісному виміру і порівнянню.

Нові соціальні зв'язки та відносини на підприємстві мають підтримуватися культурою людини, яка сприяє адекватному сприйнятті таких понять як бізнес-процеси, соціальний менеджмент, виробництво культурних цінностей. Корпоративна культура дозволяє отримувати так званий управлінський прибуток, що є цінним ефектом, який підприємство отримує не в наслідок відновлення устаткування, технологій, асортименту, а завдяки кращому узгодженню цілей фірми та її підрозділів, використанню інтелектуального капіталу і таланту працівників, управлінню конфліктними ситуаціями, освоєнню нових методів планування та роботи з персоналом.

Тому дуже важливим є встановлення зв'язку між діяльністю щодо формування, діагностики і змін, розвитку корпоративної культури й інших, більш традиційних сфер діяльності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аніщенко В. О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень / В. О. Аніщенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С. 64–72.
2. Баяра Д. О. Методологічні підходи до формування корпоративної культури у системі корпоративного управління [Електронний ресурс] / Д. О. Баяра // Науковий вісник ЧДІЕУ : зб. наук. праць. – Чернігів : ЧДІЕУ, 2011. – № 4 (12). – Режим доступу : [www.nvisnik.geci.cn.ua/pdf/2011/nv_4\(12\)/024-028.pdf](http://www.nvisnik.geci.cn.ua/pdf/2011/nv_4(12)/024-028.pdf).
3. Богатырев М. Р. Организационная культура : Сущность и роль в системе управления : дисс. ... кандидата экон. наук : 08.00.05 / Богатырев Марат Расулович. – М., 2005. – 178 с.
4. Воронкова В. Г. Філософські засади культури організації [Електронний ресурс] / В. Г. Воронкова // Управління людськими ресурсами: Філософські засади : навч. посібн. – Режим доступу : http://pidruchniki.ws/12210605/menedzhment/rol_korporativnoyi_kulturi_upravlinni_lyudskimi_resursami.
5. Вебер М. Основные социологические понятия / М. Вебер // Избранные произведения. – М. : Прогресс, 1990. – С. 602–643.

REFERENCES

1. Anishhenko V. O. Rol' korporativnoi' kul'tury u pryjnjatt'i upravlins'kyh rishen' / V. O. Anishhenko // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2009. – № 3. – S. 64–72.
2. Bajura D. O. Metodologichni pidhody do formuvannja korporativnoi' kul'tury u systemi korporativnogo upravlinnja [Elektronnyj resurs] / D. O. Bajura // Naukovyj visnyk ChDIEU : zb. nauk. prac'. – Chernigiv : ChDIEU, 2011. – № 4 (12). – Rezhym dostupu : [www.nvisnik.geci.cn.ua/pdf/2011/nv_4\(12\)/024-28.pdf](http://www.nvisnik.geci.cn.ua/pdf/2011/nv_4(12)/024-28.pdf).
3. Bogatyrev M. R. Organizacionnaja kul'tura: Sushhnost' i rol' v sisteme upravlenija : diss. ... kandidata jekon. nauk : 08.00.05 / Bogatyrev Marat Rasulovich. – M., 2005. – 178 s.
4. Voronkova V. G. Filososfs'ki zasady kul'tury organizacij [Elektronnyj resurs] / V. G. Voronkova // Upravlinnja ljuds'kymy resursamy: Filososfs'ki zasady : navch. posibn. – Rezhym dostupu : http://pidruchniki.ws/12210605/menedzhment/rol_korporativnoyi_kulturi_upravlinni_lyudskimi_resursami.
5. Veber M. Osnovnye sociologicheskie ponjatija / M. Veber // Izbrannye proizvedenija. – M. : Progress, 1990. – S. 602–643.

6. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен . – М. : Прогресс, 1984. – 268 с.
7. Гэлэгэр Р. Душа организации: Как создать успешную корпоративную культуру / Р. Гэлэгэр. – М. : Добрая книга, 2006. – 352 с.
8. Давиденко Н. М. Этика бізнесу як основний елемент корпоративної культури / Н. М. Давиденко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 3. – С. 13–14.
9. Дмитренко М. Й. Методологічні засади дослідження корпоративної культури у соціально-філософському знанні / М. Й. Дмитренко // Гуманітарний часопис. – 2011. – № 11. – С. 37–43.
10. Дудин А. Корпоративна культура / А. Дудин // Менеджмент и менеджер. – 2009. – № 4. – С. 37–42.
11. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии / Дюркгейм Е. – М. : Наука, 1991. – 574 с.
12. Євтушевський В. А. Корпоративне управління / В. А. Євтушевський. – К. : Знання, 2006. – 406 с.
13. Кам'янська О. В. Корпоративна культура в системі управління підприємством / О. В. Кам'янська // Економіка і держава. – 2010. – № 8. – С. 23–24.
14. Кривенко Л. В. Сучасна стратегія корпоративної структури організації: проблеми і перспективи / Л. В. Кривенко // Вісник Університету банківської справи НБУ. – 2009. – № 1. – С. 152–155.
15. Луков С. В. Человек в зеркале организационных культур [Электронный ресурс] / С. В. Луков // Биоэтика и комплексные исследования человека. – 2010. – № 7. – Режим доступа : <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2010/7/Lukov>.
16. Лютенс Ф. Организационное поведение / Ф. Лютенс. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 692 с.
17. Парсонс Т. Система современных обществ / Т. Парсонс – М. : Аспект-Пресс, 1998. – 270 с.
18. Пікельна В. С. Теорія і методика моделювання управлінської діяльності / В. С. Пікельна. – К. : Логос, 1993. – 130 с.
19. Пітель Н. Я. Корпоративна культура підприємства в умовах глобалізації / Н. Я. Пітель // Інноваційна економіка : Всеукр. наук.-виробн. журнал. – 2012. – № 6 (32). – С. 62–65.
20. Питерс Т. В поисках эффективного управления / Т. Питерс, Р. Уотермен. – М. : Прогрес, 1986. – 418 с.
21. Пушкарева Е. В. Корпоративная культура как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия / Е. В. Пушкарева, В. Д. Тарасюк // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Экономика». – 2007. – № 1. – С. 182–189.
22. Рюттингер Р. Культура предпринимательства / Р. Рюттингер. – М. : ЭКОМ, 1992. – С. 42.
23. Спивак В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. – СПб. : Питер, 2001. – 277 с.
24. Тесакова Н. Миссия и корпоративный кодекс / Н. Тесакова. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 188 с.
25. Шейн Э. Г. Организационная культура и лидерство / Э. Г. Шейн. – СПб. : Питер, 2011. – 336 с.
26. Carroll A. B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance / A. B. Carroll // Academy of Management Review. – 1979. – No. 4. – P. 499.
6. Veblen T. Teorija prazdnogo klassa / T. Veblen. – M. : Progress, 1984. – 268 s.
7. Gjelijegjer R. Dusha organizacii: Kak sozdat' uspeshnuju korporativnuju kul'turu / R. Gjelijegjer. – M. : Dobraya kniga, 2006. – 352 s.
8. Davydenko N. M. Etyka biznesu yak osnovnyj element korporativnoi' kul'tury / N. M. Davydenko // Formuvannja rynkovykh vidnosyn v Ukraini. – 2011. – № 3. – S. 13–14.
9. Dmytrenko M. J. Metodologichni zasady doslidzhennja korporativnoi' kul'tury u social'no-filosofs'komu znanni / M. J. Dmytrenko // Gumanitarnyj chasopys. – 2011. – № 11. – S. 37–43.
10. Dudin A. Korporativnaja kul'tura / A. Dudin // Menedzhment i menedzher. – 2009. – № 4. – S. 37–42.
11. Djurkgejm Je. O razdelenii obshhestvennogo truda. Metod sociologii / E. Djurkgejm. – M. : Nauka, 1991. – 574 s.
12. Jevtushevs'kyj V. A. Korporativne upravlinnja / V. A. Jevtushevs'kyj. – K. : Znannja, 2006. – 406 s.
13. Kam'jans'ka O. V. Korporativna kul'tura v systemi upravlinnja pidpryjemstvom / O. V. Kam'jans'ka // Ekonomika i derzhava. – 2010. – № 8. – S. 23–24.
14. Kryvenko L. V. Suchasna strategija korporativnoi' struktury organizacii': problemy i perspektyvy / L. V. Kryvenko // Visnyk Universytetu bankiv'skoi' spravy NBU. – 2009. – № 1. – S. 152–155.
15. Lukov S. V. Chelovek v zerkale organizacionnyh kul'tur [Jelektronnyj resurs] / S. V. Lukov // Bioetika i kompleksnye issledovanija cheloveka. – 2010. – № 7. – Rezhim dostupa : <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2010/7/Lukov>.
16. Ljutens F. Organizacionnoe povedenie / F. Ljutens. – M. : INFRA-M, 1999. – 692 s.
17. Parsons T. Sistema sovremennyh obshhestv / T. Parsons – M. : Aspekt-Press, 1998. – 270 s.
18. Pikel'na V. S. Teorija i metodyka modeljuvannja upravlins'koi' dijal'nosti / V. S. Pikel'na. – K. : Logos, 1993. – 130 s.
19. Pitel' N. Ja. Korporativna kul'tura pidpryjemstva v umovah globalizacii' / N. Ja. Pitel' // Innovacijna ekonomika : Vseukr. nauk.-virobn. zhurnal. – 2012. – № 6 (32). – S. 62–65.
20. Pitera T. V poiskah jeffektivnogo upravlenija / T. Pitera, R. Uotermen. – M. : Progres, 1986. – 418 s.
21. Pushkareva E. V. Korporativnaja kul'tura kak instrument povyshenija jeffektivnosti dejatel'nosti predprijatija / E. V. Pushkareva, V. D. Tarasjuk // Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. Serija «Jekonomika». – 2007. – № 1. – S. 182–189.
22. Rjuttinger R. Kul'tura predprinimatel'stva / R. Rjuttinger. – M. : JeKOM, 1992. – S. 42.
23. Spivak V. A. Korporativnaja kul'tura / V. A. Spivak. – SPb. : Piter, 2001. – 277 s.
24. Tesakova N. Missija i korporativnyj kodeks / N. Tesakova. – M. : RIP-holding, 2003. – 188 s.
25. Shejn Je. G. Organizacionnaja kul'tura i liderstvo / Je. G. Shejn. – SPb : Piter, 2011. – 336 s.

27. Marrewijk M. Van. Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: between Agency and Communion / M. van Marrewijk // Journal of Business Ethics. – 2003. – Vol. 44. – № 2–3.– P. 95–105.
28. Spenser H. Principles of Sociology / H. Spenser. – N. Y. : Appleton, 1905. – P. 46.
29. Steurer R. Corporations, Stakeholders and Sustainable Development: A Theoretical Exploration of Business–Society Relations / R. Steurer, M. Langer, A. Konrad, A. Martinnuzzi // Journal of Business Ethics. – 2005. – Vol. 61. – № 3.– P. 263–281.
30. Windsor D. The Future of Corporate Social Responsibility / D. Windsor // The International Journal of Organizational Analysis. – 2001. – Vol. 9. – № 3.– P. 225–256.

Стаття надійшла до редакції 17.05.2012 р.