

## НАПРЯМ 4. ОРГАНІЗАЦІЙНА ПСИХОЛОГІЯ

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-451-4-46>

### ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН В ОРГАНІЗАЦІЯХ

**Бивалькевич Віта**

*магістриня*

*Національний університет «Чернігівська політехніка»  
м. Чернігів, Україна*

**Рись Ольга**

*магістриня*

*Національний університет «Чернігівська політехніка»  
м. Чернігів, Україна*

Сучасні тенденції розвитку економіки, бізнесу взагалі та організаційних структур зокрема, потребують ефективної співпраці не лише між підприємствами, але і всередині організацій, в межах колективів. Партнерські відносини стають ключовим фактором успішної діяльності організацій, оскільки, безсумнівно, є рушієм підвищення продуктивності, інноваційності та адаптивності компанії до змін.

Особливу роль у формуванні успішної організаційної партнерської взаємодії відіграють психологічні аспекти, які впливають на мотивацію, довіру, комунікацію та вирішення конфліктів між її учасниками. Неправильне розуміння або ігнорування цих факторів може призвести до дисфункціональних відносин, зниження результативності та навіть втрати партнерів.

Вивченням партнерських відносин як комплексного соціально-психологічного явища, починаючи з 20-х років ХХ століття, безпосередньо чи опосередковано, тим самим демонструючи його міждисциплінарний аспект, займається безліч науковців, як західних, так і вітчизняних, від різних галузей наукових знань: Ч. Барнард, Е. Мейо, М. Фоллет, К. Левін, Дж. У. Мартін, Л. Янг, К. МакАулфі, Х. Кар'ялайнен, М. Рінгер, Дж. Ван де Вен, К. Дас, Б. Тен, Дж. Дей, А. Гулаті, Р. Майлз, Ч. Сноу, Р. Лемберт, Є. Базика, Т. Яценко, І. Гоян, В. Будз, Мельничук І., Буряк І., Терещенко О., Шуть О. та ін.

Партнерство з психологічної точки зору визначається як взаємодія двох унікальних особистостей, що формується на основі психічних якостей кожної з них – емоцій, пристрастей, уявлень, волі – які певним чином впливають на динаміку стосунків, характер комунікації, вирішення конфліктів та спільне досягнення цілей.

Психологічна наука має кілька галузей, які вивчають партнерські відносини в організаціях, включаючи ті, що фокусуються на взаємодії між людьми на робочому місці, їхніх мотиваціях та поведінці. Серед них слід відзначити наступні: соціальна психологія, організаційна психологія, психологія праці, психологія управління, крос-культурна психологія, консультативна психологія.

Так, соціальна психологія сприяє вивченню міжособистісної взаємодії у контексті групової динаміки, організаційна психологія фокусується на партнерстві у робочих умовах, а психологія праці та управління – галузі, що вивчають питання лідерства, мотивації, ефективності. Вплив культурних особливостей на партнерство з акцентом на глобалізацію суспільства досліджує крос-культурна психологія. Психологія консультування сама являє собою конструктивну партнерську співпрацю спеціаліста та отримувача послуг.

Багатовимірність партнерства дає змогу досліджувати його з різних боків: як кооперацію, товариство, колаборацію, співпрацю, інтеграцію, плідну взаємодію, комунікацію соціальних суб'єктів, тощо.

Соціалізація особистості формується переважно під впливом прагматичних і моральних факторів, які організовано впливають на природу та специфіку людських взаємодій.

Прагматичні властивості природи людини, засновані на таких критеріях як користь, ефективність, взаємовигідність та субсидіарність, що перепедбачають координацію зусиль та розподілі сфер відповідальності особистостей, несвідомо схиляють її до кооперації, а кооперація, як об'єднання зусиль і ресурсів, виливається у співпрацю. Співпраця, в свою чергу, виступає моральним принципом, що лежить в основі кооперації, взаємодії та співробітництва і будується на принципах взаємодопомоги, солідарності, толерантності та альтруїзму [1].

Структуру партнерства можна визначити, спираючись на розгляд послідовних етапів його формування: стадії прихильності, диференціації та відокремлення. На стадії прихильності формуються емоційна та вольова складові, де ключовими є довіра та прозорість між партнерами. Далі, на етапі диференціації, активізується когнітивний компонент співпраці, який дозволяє партнерам чіткіше окреслити баланс сил і розподіл ролей, сприяючи рівноправному, стабільному і продуктивному партнерству. Завершує процес стадія відокремлення, що включає поведінковий та мотиваційно-ціннісний елементи, які детермінують

відповідальність і відданість партнерів та забезпечують реалізацію їх спільної мети та взаємної вигоди [2].

Основне завдання сучасної компанії в умовах як зростаючої конкуренції, так і військового стану в Україні – це стабільне зростання прибутку, ефективна оцінка ризиків та підвищення конкурентоспроможності. Реалізувати зазначені завдання більш ефективно можливо завдяки співпраці з зацікавленими сторонами (партнерами, постачальниками, клієнтами тощо). При цьому важливо мати методологію та критерії вимірювання ефективності партнерських відносин.

Отже, побудова ефективної системи партнерських відносин повинна мати на меті погодження та інтеграцію цілей та стратегій обох партнерів, що призводить до отримання взаємного зиску, адекватної оцінки ризиків, розподілу відповідальності та виникненню на цій основі додаткових переваг та цінності для як для партнерів, так і для кінцевого споживача.

Також, на думку фахівців, формування ефективної системи відносин між бізнес-партнерами повинно базуватися на таких принципах: використання логістичного та маркетингового підходів, розподілу ризиків, координації та планування, синхронізації вхідних та вихідних логістичних потоків, узгодженістю цілей, відкритістю, формування спільної інформаційної бази, стратегічної спрямованості [3, 4].

Хоча питання побудови партнерських відносин досить досліджене та часто реалізується інтуїтивно, оцінка рівня партнерського менеджменту залишається проблемою для бізнесу. Саме тому виникла потреба у розробці чітких етапів для оцінки стану відносин і вигоди або ризиків, які отримують партнери.

Перший крок передбачає визначення ключових комплексних складових, які додають цінності, та локальних показників, що піддаються розрахунку. Складові можуть варіюватися залежно від галузі й включати, наприклад, фінансові результати, стратегічний розвиток, систему менеджменту. Також варто враховувати ризики й витрати партнерства. Наступний етап – сегментація клієнтів, які є пріоритетними для розвитку партнерства, наприклад, за обсягами закупівель чи тривалістю відносин [5].

Після оцінки ефективності партнерства варто впровадити стратегії для підвищення його продуктивності. Основою міцних довготривалих відносин є узгодження спільних цілей та цінностей, прозора комунікація та адаптивність до змін ринку. Також інвестиції у взаєморозвиток і чіткий розподіл ролей допомагають зміцнити сталість співпраці. Постійний моніторинг за допомогою ключових показників ефективності (KPI) дозволяє оптимізувати процеси та досягати спільних цілей. Крім того, наріжним елементом успіху є довіра, що підтримує партнерство навіть у кризових ситуаціях.

Отже, партнерство – ефективна психологічно обумовлена співпраця двох або більше соціальних суб'єктів, побудована заради досягнення спільних цілей на основі наступних принципів їх формування: відкритості, розподілу ризиків, координації та планування, узгодженості цілей, стратегічної спрямованості.

Питання партнерських стосунків потребує подальшого теоретичного та емпіричного осмислення та розробки комплексних програм розвитку партнерських стосунків і партнерського спілкування, що можуть бути впроваджені в структуру корпоративної культури організації.

### Література:

1. Будз В., Гоян І. Співпраця як самоорганізаційний принцип становлення соціальності особистості. *Психологія особистості* : науковий теоретико-методологічний і прикладний психологічний журнал. Івано-Франківськ : Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2022. Т. 12. № 1. С. 18–25.

2. Мельничук І. Я. Психологічні закономірності розвитку партнерських взаємостосунків. URL: <https://cusu.edu.ua/en/konferentsii-2016-2017-n-r/vseukrainska-naukovo-praktychna-internet-konferentsiia-psykholohichni-umovy-standovlennia-osobystosti-u-suchasnomu-suspilstvi/prohrama/6212-psykholohichni-zakonomirnosti-rozvytku-partnerskykh-vzayemostosunkiv>

3. Бурак І. О. Оцінка надійності ділових партнерів підприємства. *Молодий вчений*. 2017. № 4(44). С. 619–622.

4. Терещенко О. Л. Партнерські відносини в контексті розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 5.

5. Шуть О. Ю., Світлична К. В. Підходи до оцінювання партнерських відносин в умовах підвищення конкурентоспроможності компаній. *Вісник економічної науки України*. 2023. № 5. С. 45–52.