

УДК 005.73:658](045)

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМСТВА

Моргай Лілія, докторка філософії, доцентка, доцентка кафедри соціальної педагогіки та соціальної роботи, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини.

ORCID 0000-0002-6550-1389

E-mail: morgai.liliya@gmail.com

Анотація. У статті висвітлені особливості корпоративної культури підприємства. Встановлено, що розробкою корпоративної культури підприємства, організації чи установи займається керівник. Зазначено, що соціальний працівник відіграє важливу роль та сприяє формуванню підтримуючого, відкритого та приємного середовища, яке враховує потреби та інтереси кожного працівника. Висвітлено мету, завдання та функції корпоративної культури підприємства. Подана характеристика п'яти видів корпоративної культури. Встановлено, що успішна корпоративна культура є стратегічним активом підприємства, який забезпечує його конкурентоспроможність та ефективний розвиток у динамічних умовах ринку.

Ключові слова: корпоративна культура, корпоративна культура підприємства, соціальний працівник, функції корпоративної культури, адаптація персоналу, цифровізація, управління підприємством, дистанційна робота.

CORPORATE CULTURE OF ENTERPRISE

Morgai Liliia, Doctor of Philosophy, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Social Pedagogy and Social Work, Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University.

ORCID 0000-0002-6550-1389

E-mail: morgai.liliya@gmail.com

Abstract. The statistics highlight the specifics of the corporate culture of the enterprise. It has been established that the development of corporate culture at the enterprise is carried out by the potter. It is noted that the social worker plays an important role – he creates a supportive, open and welcoming environment that meets the needs and interests of the skin doctor. The purpose, function and function of the corporate culture of the enterprise are highlighted. The characteristics of five types of corporate culture are presented. It has been established that a successful corporate culture is a strategic asset of an enterprise, which will ensure its competitiveness and effective development among dynamic minds in the market.

In today's minds of globalization and competition, corporate culture is a key factor in the successful development of enterprises. It means the values, norms and traditions that flow into the interaction between employees, management style, effective communication and the social atmosphere in the organization. Corporate culture shapes the company's image, promotes stability and adaptation to change, and also plays an important role in the motivation and motivation of staff.

Corporate culture is one of the foundations of the life of a company, enterprise, establishment. The values that are formed in the team allow them to be practiced harmoniously and beneficially. Due to the corporate culture, the team feels like one goal – this improves the microclimate and productivity of the organization.

Corporate culture is a system of values, norms, rules, traditions, patterns of behavior and communication that are shared by members of the organization and signify its internal structure,

СОЦІАЛЬНА РОБОТА ТА СОЦІАЛЬНА ОСВІТА

management style, mutual relations between workers, and also affects the image and competitiveness of the enterprise.

Key words: *corporate culture, social worker, corporate culture of business, functions of corporate culture, personnel adaptation, digitalization, business management, remote work.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. У сучасних умовах глобалізації та конкурентної боротьби, корпоративна культура стає ключовим фактором успішного розвитку підприємств. Вона визначає цінності, норми та традиції, які впливають на взаємодію працівників, стиль управління, ефективність комунікації та загальну атмосферу в організації. Корпоративна культура формує імідж компанії, сприяє її стабільності та адаптації до змін, а також відіграє важливу роль у залученні та мотивації персоналу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Про корпоративну культуру підприємства є достатній перелік праць, зокрема таких науковців як: В. Данюк, Н. Баловсяк, О. Бондаренко, А. Зеркаль, Т. Кицак, А. Полянська, О. Чернушкіна, І. Хомич та ін., це пояснюється тим, що дана проблема залишається актуальною та є об'єктом наукових розвідок.

Мета статті – проаналізувати значення корпоративної культури підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Важливим аспектом в роботі на підприємстві є **корпоративна культура**, яка визначає правила взаємодії між працівниками, стиль керівництва, способи прийняття рішень та ставлення до роботи загалом.

Науковці В. Самсонова та П. Кудінова дають визначення поняттю «корпоративна культура», та зазначають: «Корпоративна культура – це одна з основ життєдіяльності підприємства, установи, організації, тощо. Цінності, які сформовані в колективі, дозволяють їй працювати гармонійно та злагоджено. Завдяки корпоративній культурі, колектив почувається одним цілим, тим самим покращується мікроклімат та продуктивність роботи в організації» [7].

Корпоративна культура підприємства – це система цінностей, норм, правил, традицій, моделей поведінки та комунікації, що поділяються співробітниками організації та визначають її внутрішнє середовище, стиль управління, взаємовідносини між працівниками, а також впливають на імідж і конкурентоспроможність підприємства [7].

Важливо розуміти, що корпоративна культура кожного підприємства повинна мати індивідуальні риси, що відповідають його місії, цілям та специфіці діяльності. Тільки у такому випадку можна досягти ефективного результату. Досвід інших організацій може бути корисним, однак його неможливо повністю скопіювати – необхідно адаптувати цінності, норми та правила під власні потреби. Одним із ключових завдань є формування чіткої системи лідерства, налагодженої внутрішньої комунікації, а також ефективних механізмів розв'язання конфліктних ситуацій із врахуванням інтересів усіх працівників [4].

Зазвичай, розробкою корпоративної культури на підприємстві займається керівник. Також, потрібно зазначити, що значну роль у корпоративній культурі підприємства відіграє соціальний працівник. Він сприяє формуванню підтримуючого, відкритого та приємного середовища, яке враховує потреби та інтереси кожного працівника. Соціальні працівники можуть активно долучатися до створення умов для адаптації нових співробітників, розвитку комунікаційних навичок в колективі та вирішення конфліктних ситуацій, що виникають на робочому місці. Крім того, важливою функцією соціального працівника є забезпечення психоемоційної підтримки працівників,

що сприяє зниженню стресу, покращенню морального клімату в колективі та підтримці високої мотивації до праці [2].

Соціальний працівник може стати ключовою ланкою в адаптації корпоративної культури до сучасних вимог, сприяючи розвитку інклюзивних практик та створенню позитивного робочого середовища, де кожен співробітник відчуває підтримку та має можливість розвиватися. Підтримка корпоративних цінностей, таких як взаємоповага, командна робота та відповідальність є необхідною умовою для забезпечення сталого розвитку підприємства та його соціальної відповідальності [4].

Основною метою формування корпоративної культури на підприємстві є координування поведінки працівників шляхом створення спільної системи цінностей, норм і правил. Це дозволяє узгодити інтереси працівників із завданнями підприємства, сприяючи досягненню його цілей та реалізації загальної стратегії.

Автори Глива С., Передало Х., висвітлюють функції сучасної корпоративної культури, до них відносяться:

1. **Мотиваційна** – створює орієнтири для розвитку, розширення діяльності, прийняття на себе ризику тощо. Вона спрямована на використання різноманітних стимулів для підвищення рівня залученості працівників та їх лояльності до підприємства [2].

2. **Об'єднувальна** – сприяє згуртуванню працівників, допомагаючи кожному відчувати свою належність до колективу та організації загалом. Вона створює сприятливе середовище для розвитку командної взаємодії, взаємної підтримки, зменшення конфліктності та формування атмосфери довіри й партнерства між колегами.

3. **Регулююча** функція корпоративної культури полягає у формуванні системи норм і стандартів поведінки, які спрямовують дії працівників у процесі спілкування та виконання службових обов'язків. Ці внутрішні правила визначають прийнятні моделі взаємодії в колективі та забезпечують узгодженість у досягненні спільних цілей.

4. **Комунікативна функція** – забезпечує ефективну взаємодію між співробітниками, формує відкриті канали комунікації, що сприяє кращому розумінню спільних завдань і корпоративних цінностей.

5. **Адаптаційна функція** допомагає працівникам швидше освоїтися в новому робочому середовищі, зрозуміти цілі та місію компанії, а також своє місце в її структурі. Вона сприяє формуванню відчуття залученості та приналежності до спільної справи, стимулює нестандартне мислення й відкритість до інновацій. Крім того, така функція створює підґрунтя для партисипативного стилю управління, за якого працівники мають можливість долучатися до процесу ухвалення рішень та брати участь в управлінні організацією [2].

6. **Іміджева**. Дана функція є однією з головних, адже саме вона відповідає за все на підприємстві, у когось це може бути власний стиль, манери, новаторство. Імідж формується відповідно до потреб чи підприємства, установи або закладу.

7. **Інформаційна функція** виконує роль ідеологічного підґрунтя організації, забезпечуючи працівників не лише базовими знаннями про місію, стратегічні цілі та цінності компанії, а й створюючи ефективну систему внутрішньої комунікації. Завдяки цьому ключові положення організаційної культури не залишаються абстрактними ідеями, а трансформуються в конкретні дії, правила та поведінкові моделі, які впроваджуються в повсякденну діяльність працівників.

8. **Результативна функція** орієнтована на стимулювання трудової активності з метою підвищення продуктивності праці, впровадження інновацій, покращення орієнтованості на клієнтів і постійного прагнення до вдосконалення в усіх аспектах діяльності організації.

СОЦІАЛЬНА РОБОТА ТА СОЦІАЛЬНА ОСВІТА

9. Стабілізаційна. Функція, яка створює умови для об'єднання працівників, особливо під час кризових явищ, мобілізації зусилля команди на збереження компанії.

10. Підтримувальна базується на визнанні цінності кожного працівника як особистості. Вона передбачає створення умов, за яких людина відчуває підтримку з боку колективу та керівництва під час виконання професійних обов'язків. Така культура формує атмосферу довіри, забезпечує почуття безпеки – як емоційної, так і фізичної – та сприяє стабільності в трудовому середовищі [2].

Дані функції є не лише засобом регулювання внутрішніх процесів підприємства, а й чинником його сталого розвитку, що забезпечує ефективність управління, мотивацію персоналу та позитивний імідж організації.

Завданням корпоративної культури є створення єдиної системи норм, що визначають поведінку та відносини в колективі.

В основному виділяють 5 видів корпоративної культури підприємства:

Рольова культура – передбачає чітке структурування обов'язків і зон відповідальності між працівниками. Такий підхід особливо ефективний на великих підприємствах з розгалуженою організаційною структурою, де необхідно дотримуватися порядку і субординації для досягнення стабільної роботи системи.

Ринкова культура – базується на конкурентних відносинах між керівниками та працівниками. В її основі – орієнтація на досягнення конкретного результату, отримання винагороди за високі показники. Цей тип культури підходить компаніям, які прагнуть високої прибутковості та швидкого розвитку на ринку.

Сімейна культура – вирізняється теплими, неформальними стосунками всередині колективу. Лідер у такому середовищі виконує не лише управлінську роль, а й виступає в ролі наставника чи порадики. Тут цінується взаємопідтримка, довіра й особистісний підхід до кожного члена колективу.

Командна культура, зазвичай притаманна невеликим організаціям або креативним компаніям. Усі працівники активно залучені до спільної роботи над проєктами, поділяючи відповідальність за кінцевий результат. Робочий процес у таких структурах гнучкий – можливе дистанційне виконання завдань, відсутність жорсткого графіка чи формального дрес-коду. Основний акцент робиться на досягненні цілей, а не на дотриманні формальностей.

Кожна з описаних моделей корпоративної культури має свої переваги й недоліки. Остаточне рішення щодо впровадження того чи іншого підходу приймає керівник, враховуючи особливості колективу, стратегічні завдання підприємства та очікувані результати [2].

Розвиток корпоративної культури є невід'ємною складовою стратегічного управління підприємством. Вона впливає на прийняття рішень, рівень відповідальності співробітників, їхню лояльність та продуктивність. Окрім того, чітко визначена та ефективно впроваджена корпоративна культура створює конкурентні переваги для підприємства, допомагаючи їй утримувати сильних працівників та забезпечувати високу якість надання послуг.

Корпоративна культура впливає на мотивацію працівників, рівень їхньої лояльності до підприємства, ефективність комунікацій та загальну продуктивність організації. Вона може бути формальною (офіційні правила, кодекси, етичні стандарти) та неформальною (традиції, стиль спілкування, неофіційні норми поведінки). Корпоративна культура сприяє згуртованості колективу, підвищенню відповідальності та ініціативності співробітників, а також готує підприємство швидше адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі.

СОЦІАЛЬНА РОБОТА ТА СОЦІАЛЬНА ОСВІТА

Корпоративна культура є чинником успішного функціонування сучасного підприємства. Вона розуміє систему цінностей, норм і традицій, що формують внутрішнє середовище організації, впливають на поведінку працівників і стиль управління.

До основних елементів корпоративної культури належать:

Місія підприємства – це визначення основних принципів і завдань, які орієнтовані на досягнення бажаних результатів та задоволення потреб споживачів.

Мета – формулювання конкретних цілей, які ставить перед собою організація, та розробка плану для їх реалізації.

Стратегії розвитку – довгострокові робочі плани, що визначають напрямки та способи досягнення поставлених цілей на кілька років уперед.

Цінності – основні переконання та принципи, якими повинні керуватися всі співробітники організації, поділяючи спільні уявлення про етику та норми поведінки.

Тип взаємин усередині колективу – це може бути неформальна, нейтральна чи формальна комунікація. Найбільш ефективною є дружня або нейтральна атмосфера, тоді як формальні стосунки часто є характерними для великих підприємств.

Корпоративний стиль – унікальний вигляд організації, який відображає її індивідуальність і певний підхід до роботи та взаємодії.

Правила поведінки – нормативи, які регулюють стосунки між працівниками і допомагають запобігати конфліктам та непорозумінням.

Посадові інструкції – визначення робочих обов'язків кожного співробітника, його завдань і графіку роботи. Це дає змогу працівникам чітко розуміти свої обов'язки та ефективно планувати робочий час.

Інструкції щодо взаємодії з клієнтами – стандарти, що визначають правила ведення переговорів, взаємодії зі споживачами та поліпшення сервісу.

Традиції – звичаї, ритуали і регулярні заходи, які складають специфічну атмосферу компанії та відрізняють її від інших організацій.

Методи мотивації працівників – це премії, бонуси, нагороди та додаткові вихідні, що стимулюють співробітників до досягнення високих результатів.

Робоча атмосфера – створення комфортних умов для працівників, таких як зручні приміщення для відпочинку, їдальні та інші елементи, що сприяють гармонійному функціонуванню колективу [4].

Варто зауважити, що кожне підприємство може додавати свої елементи корпоративної культури [4]. До сучасних елементів (трендів) корпоративної культури на підприємстві відносять:

1. Гнучкість та адаптивність. Сучасні підприємства відмовляються від жорстких ієрархій та переходять до гнучких структур управління. Це дозволяє швидко реагувати на виклики ринку та підвищувати ефективність роботи команди.

2. Дистанційна робота. Після пандемії COVID-19 дедалі більше підприємств, форм, організацій запроваджують змішані моделі роботи. Корпоративна культура повинна адаптуватися до нових умов, зокрема розвивати цифрову взаємодію та підтримувати емоційний зв'язок у колективі.

3. Інклюзивність та різноманітність. Підприємства все більше уваги приділяють питанням рівності, різноманітності та інклюзивності. Це включає створення комфортного середовища для всіх працівників, незалежно від статі, віку, національності чи інших особливостей.

4. Вагома увага на благополуччя співробітників. Підприємства впроваджують програми підтримки ментального здоров'я, гнучкі графіки роботи та корпоративні ініціативи, спрямовані на покращення фізичного та емоційного стану працівників.

5. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ). Сучасні підприємства активно беруть участь у соціальних та екологічних ініціативах, демонструючи відповідальність перед суспільством. Це сприяє зміцненню довіри клієнтів та партнерів [3].

Потрібно пам'ятати, що корпоративна культура є важливим активом будь-якого підприємства. Сучасні організації повинні бути готові до змін, впроваджувати нові підходи до управління персоналом та створювати комфортне робоче середовище. Гнучкість, цифровізація, інклюзивність та соціальна відповідальність – це ключові складові успішної корпоративної культури підприємства XXI століття.

Висновки дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямку. Отже, корпоративна культура є ключовим чинником успішного розвитку підприємства, оскільки визначає цінності, норми та правила, що регулюють внутрішні процеси та взаємовідносини між працівниками. Вона сприяє формуванню згуртованої команди, підвищенню мотивації персоналу, зміцненню іміджу компанії та її конкурентоспроможності на ринку.

Ефективне управління корпоративною культурою забезпечує лояльність працівників, створює сприятливий психологічний клімат та стимулює інноваційну діяльність. Важливими складовими успішної корпоративної культури є система цінностей та стиль керівництва, корпоративні традиції та соціальна відповідальність підприємства.

Потрібно пам'ятати, що розвиток і підтримка корпоративної культури є стратегічним завданням кожної організації, що прагне досягти високих результатів, стабільності та довгострокового успіху в умовах сучасного ринкового середовища.

Проведене дослідження не вичерпує усіх аспектів визначеного питання. Перспективами подальших досліджень є висвітлення корпоративної культури ЗВО.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Данюк В., Чернушкіна О. Сучасне розуміння корпоративної культури. URL : <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/3adfbf83-99cf-4ba2-9bcd-ce3261db639d/content> (дата звернення: 26.03.2025).
2. Глива С., Передало Х. Корпоративна культура: значимість, функції та цінності. URL : [file:///C:/Users/User/Downloads/Samsonova_%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B0%D1%82%D1%8C%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Samsonova_%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B0%D1%82%D1%8C%20(1).pdf) (дата звернення: 10.04.2025).
3. Зеркаль А. В. Корпоративна культура та комерційна свідомість персоналу – інноваційні напрями розвитку підприємств. URL : https://www.researchgate.net/publication/366385946_Korporativna_kult (дата звернення: 27.03.2025).
4. Корпоративна культура організації: як сформувати та впровадити. URL : <https://indigo.co.ua/ua/blog/korporativna-kultura-organizacii-yak-sformuvati-ta-vprovaditi> (дата звернення: 27.03.2025).
5. Корпоративна культура організації. URL : http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/29637/1/tezy_v.kasyan.pdf (дата звернення: 28.03.2025).
6. Корпоративна культура університету. URL : <https://kubg.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/korporativna-kultura-universytetu/1535-korporativna-kultura-universytetu.html> (дата звернення: 28.03.2025).
7. Самсонова В. В., П. Кудінова. Особливості формування корпоративної культури підприємства. URL : [file:///C:/Users/User/Downloads/Samsonova_%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B0%D1%82%D1%8C%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Samsonova_%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B0%D1%82%D1%8C%20(1).pdf) (дата звернення: 10.04.2025).
8. Як впровадити корпоративну культуру в компанію та якою вона має бути? URL : <https://online.novaposhta.education/blog/yak-vprovaditi-korporativnu-kulturu-v-kompaniyu-ta-yakoyu-vona-mae-buti> (дата звернення: 28.03.2025).



REFERENCES

1. Daniuk V., Chernushkina O. Suchasne rozuminnia korporativnoi kultury. Retrieved from : <https://ir.kneu.edu.ua/server/9bcd-ce3261db639d/content> [in Ukrainian].
2. Hlyva S., Peredalo Kh. Korporativna kultura: znachymist, funksi ta tsinnosti. Retrieved from : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3870/3790> [in Ukrainian].
3. Zerkal A. V. Korporativna kultura ta komertsiiina svdomist personalu – innovatsiini napriamy rozvytku pidpriemstv. Retrieved from : <https://www.researchgate.net/publication/> [in Ukrainian].
3. Korporativna kultura orhanizatsii: yak sformuvaty ta vprovadyty. Retrieved from : <https://indigo.co.ua/ua/blog/korporativna-kultura-organizacii-yak-sformuvati-ta-vprovaditi> [in Ukrainian].
5. Korporativna kultura orhanizatsii. Retrieved from : http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/29637/1/tezy_v.kasyan.pdf [in Ukrainian].
6. Korporativna kultura universytetu. Retrieved from : <https://kubg.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/korporativna-kultura-universytetu/1535-korporativna-kultura-universytetu.html> [in Ukrainian].
7. Samsonova V.V., Kudinova P. Osoblyvosti formuvannia korporativnoi kultury pidpriemstva. Retrieved from : [file:///C:/Users/User/Downloads/Samsonova_%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B0%D1%82%D1%8C%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Samsonova_%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B0%D1%82%D1%8C%20(1).pdf) [in Ukrainian].
8. Yak vprovadyty korporativnu kulturu v kompaniiu ta yakoiu vona maie buty? Retrieved from : <https://online.novaposhta.education/blog/yak-vprovaditi-korporativnu-kulturu-v-kompaniyu-ta-yakoyu-vona-mae-buti> [in Ukrainian].