

Вікторія ГУМЕННА

здобувач освітньо-професійної програми
«Управління персоналомт», ЗУНУ
Науковий керівник – Ольга ДЯКІВ, канд. екон. наук,
доцент, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу
Західноукраїнського національного університету

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ

У сучасних умовах розвитку економіки, цифровізації бізнес-процесів та посилення конкурентного середовища корпоративна культура набуває особливого значення як важливий елемент системи управління організацією. Вона визначає характер взаємодії між працівниками, формує внутрішнє середовище підприємства та впливає на ефективність управлінських процесів, рівень згуртованості колективу та результативність діяльності організації. Саме корпоративна культура забезпечує узгодженість дій персоналу, підтримує систему внутрішніх комунікацій та сприяє формуванню позитивного організаційного клімату.

У науковій літературі корпоративна культура розглядається як система спільних цінностей, норм, традицій, переконань і моделей поведінки, що поділяються працівниками організації та визначають особливості їхньої професійної діяльності. Аналіз наукових підходів свідчить про багатовимірність цього поняття. Одні науковці трактують корпоративну культуру як систему цінностей і поведінкових моделей, інші – як ефективний інструмент управління персоналом та формування організаційної єдності. Системний підхід визначає корпоративну культуру як комплексну соціально-економічну систему, яка охоплює як формальні, так і неформальні елементи організаційного життя.

Корпоративна культура формується під впливом місії підприємства, стратегічних цілей, стилю управління, особливостей внутрішнього середовища та специфіки діяльності організації. Вона виконує роль неформального механізму регулювання

поведінки працівників і значною мірою впливає на ефективність внутрішніх комунікацій, рівень довіри між працівниками та керівництвом, а також швидкість адаптації персоналу до змін зовнішнього середовища.

Важливими складовими корпоративної культури є місія організації, система корпоративних цінностей, етичні норми, корпоративна символіка, ритуали, традиції та стандарти поведінки. Особливу роль відіграє система внутрішніх комунікацій, оскільки саме вона забезпечує передачу інформації, координацію діяльності працівників і формування єдиного бачення розвитку організації. В умовах цифрової трансформації ефективність внутрішніх комунікацій стає одним із ключових чинників конкурентоспроможності підприємства.

Корпоративна культура виконує низку важливих функцій. Пізнавальна функція сприяє розвитку персоналу через накопичення й передачу знань та професійного досвіду. Сенсоутворююча функція забезпечує формування спільного розуміння цілей і завдань діяльності підприємства. Комунікаційна функція полягає у забезпеченні ефективного обміну інформацією та розвитку конструктивної взаємодії між працівниками. Соціальна функція спрямована на формування етичних стандартів поведінки, згуртованості колективу та підтримку позитивного психологічного клімату.

Управління корпоративною культурою є послідовним і системним процесом. Першим етапом виступає аналіз поточного стану корпоративної культури, який передбачає оцінювання системи цінностей, організаційного клімату та рівня розвитку внутрішніх комунікацій. Наступним етапом є визначення місії та базових цінностей підприємства, що формують ідеологічну основу діяльності організації. Важливим інструментом формалізації корпоративної культури є корпоративний кодекс, у якому закріплюються основні принципи діяльності, стандарти поведінки та правила взаємодії працівників.

Особливого значення набуває розвиток внутрішніх комунікацій, який передбачає вдосконалення каналів передачі

інформації, розвиток системи зворотного зв'язку, підвищення прозорості управлінських процесів та формування довірчого середовища. Ефективні внутрішні комунікації забезпечують узгодженість дій персоналу, сприяють швидкому обміну інформацією та підвищують результативність діяльності організації.

Важливим елементом корпоративної культури є система мотивації персоналу, яка повинна відповідати цінностям організації та стимулювати бажану поведінку працівників. Поєднання матеріальних і нематеріальних стимулів сприяє розвитку лояльності, підвищенню рівня залученості персоналу та формуванню відповідальності за результати діяльності підприємства.

Отже, корпоративна культура є важливим стратегічним ресурсом сучасної організації. Вона забезпечує ефективність внутрішніх комунікацій, сприяє розвитку персоналу, формує позитивний психологічний клімат та підвищує конкурентоспроможність підприємства. У сучасних умовах саме ефективне управління корпоративною культурою стає одним із ключових чинників забезпечення стабільного розвитку організації та досягнення її стратегічних цілей.

Список використаних джерел:

1. Ведерніков М., Базалійська Н., Волянська, Савчук Л., Вознюк Р., Клімас В. Формування та розвиток корпоративної культури сучасному бізнес-середовищі підприємства. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*. 2024. № 330(3). С. 157–164.
2. Каличева Н. Є. Корпоративна культура як складова управління кадровим потенціалом підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 76. С. 132–138.