

**БЕРЕЗНИЦЬКА КСЕНІЯ**, здобувач вищої освіти  
Науковий керівник – **БУРКОВСЬКА АННА**, доктор філософії (економіка),  
старший викладач кафедри менеджменту та маркетингу,  
*Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв*

## **УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

Корпоративна культура — це спільні цінності, переконання та поведінка співробітників компанії, які виражаються через їхні соціальні взаємодії та робоче середовище [1]. Корпоративна культура є важливою, оскільки допомагає сформувати ідентичність компанії, створити позитивне робоче середовище та стимулювати залученість та продуктивність працівників.

Поінформованість про корпоративну або організаційну культуру в бізнесі та інших організаціях, таких як університети, з'явилася в 1960-х роках. Термін «корпоративна культура» виник на початку 1980-х років і став широко відомим до 1990-х років. У ті часи менеджери, соціологи та інші науковці використовували корпоративну культуру для опису характеру компанії [2].

Корпоративна культура впливає з узагальнених переконань і поведінки, загальнокомпанійних систем цінностей, стратегій управління, комунікацій і відносин між працівниками, робочого середовища та ставлення. Корпоративна культура включає історії походження компанії, викладені харизматичними головними виконавчими директорами (СЕО), а також візуальні символи, такі як логотипи та торгові марки [2].

Корпоративна культура відноситься до переконань і поведінки, які визначають те, як співробітники компанії і керівництво повинні взаємодіяти і працювати. Це може вплинути на наймання та утримання співробітників, ефективність і продуктивність, результати бізнесу та довголіття компанії. На корпоративну культуру впливають національні культури та традиції, економічні тенденції, міжнародна торгівля, розмір компанії та продукти [1]. Корпоративна культура представляє основні цінності ідеології та практики компанії. Чотири основні типи корпоративної культури мають наступні назви: культура клану, культура адхократії, культура ринку та культура ієрархії [2].

Культура клану — це командна робота та співпраця [2]. У такій культурі керівники діють як наставники-ентузіасти, які дають вказівки підлеглим. Хороші стосунки, заохочення, довіра та участь є ключовими аспектами. Потенціал внеску кожного працівника є складовою кланової культури. Крім того, культура клану може легко адаптуватися до змін і швидко впроваджувати необхідні дії.

Культура адхократії [2] створює підприємницьке робоче середовище, в якому керівники та працівники діють як новатори. У цьому гнучкому середовищі розвивається спритне мислення. Співробітників заохочують реалізовувати свої ідеї та діяти для досягнення результатів, які можуть сприяти досягненню цілей компанії. Нові та нетрадиційні продукти та послуги є



головним результатом культури адхократії.

Ринкова культура [2] зосереджена на досягненні конкретних цілей. Ця культура створює конкурентоспроможне та вимогливе робоче середовище. Керівництво найбільше зацікавлене в результатах бізнесу. Співробітників заохочують наполегливо працювати та «виконувати роботу», щоб збільшити присутність компанії на ринку, прибуток і курс акцій. Хоча працівники можуть відчувати стрес на такому робочому місці, вони також можуть відчувати ентузіазм і захоплення своєю роботою.

Культура ієрархії — це традиційна корпоративна культура, яка функціонує відповідно до організаційної структури виконавчої влади, керівництва та персоналу компанії [2]. Тобто, така культура слідує ланцюжку команд зверху вниз, де керівники контролюють співробітників та їхні зусилля для досягнення конкретних цілей. Культура ієрархії цінує стабільність і звичайні методи роботи. Робоче середовище можна вважати більш жорстким, ніж деякі інші культури, але працівники мають чітко розуміти свої ролі та цілі.

Існує цілий ряд термінів, які стосуються компаній, на які впливають різні культури, особливо на хвилі глобалізації та посилення міжнародної взаємодії в сучасному бізнес-середовищі. До них належать [3]:

- крос-культура, що стосується людей різного походження, які взаємодіють у бізнес-середовищі;
- культурний шок, що означає збентеження або занепокоєння, яке відчують люди під час ведення бізнесу в іншому суспільстві;
- зворотний культурний шок, що часто відчують люди, які проводять тривалий час за кордоном у справах і мають труднощі з адаптацією після повернення.

Компанії часто виділяють значні ресурси та зусилля для створення позитивного міжкультурного досвіду та сприяння більш згуртованій і продуктивній корпоративній культурі. Усвідомлення та важливість корпоративної культури зараз гостріше, ніж будь-коли. Консалтингова компанія «Великої четвірки» Deloitte виявила, що понад 90% керівників вважають, що міцна корпоративна культура є необхідною умовою успіху бізнесу [2].

Ретельно продумана, навіть інноваційна, корпоративна культура може вивістити компанії над конкурентами та підтримати тривалий успіх. Така культура може: створити позитивну атмосферу на робочому місці; посилити мотивацію та ентузіазм працівників; залучити цінних працівників; знизити плинність кадрів; підвищити продуктивність; підвищити рентабельність; забезпечити конкурентні переваги та ін. [4].

Корпоративна культура відноситься до цінностей, переконань і поведінки, які визначають те, як співробітники та керівництво компанії взаємодіють, виконують і керують бізнес-операціями [5]. Часто корпоративна культура чітко не визначена і органічно розвивається з часом із сукупності рис людей, яких компанія наймає. Управління корпоративною культурою підприємств в умовах



євроінтеграції набуває значної актуальності та полягає у [1]:

1. *Адаптації до європейських стандартів*: підприємства повинні активно адаптувати свою корпоративну культуру до європейських стандартів та вимог, що стосуються справедливої конкуренції, якості продукції, етики та ділової поведінки.

2. *Відкритості та прозорості*: у європейському бізнес-середовищі вимагається відкритість у фінансовому звітуванні та корпоративних практиках. Підприємства повинні активно розвивати прозору корпоративну культуру.

3. *Розвитку етики та соціальної відповідальності*: європейські підприємства активно включаються в розвиток соціальної відповідальності, враховуючи вплив бізнесу на суспільство та навколишнє середовище.

4. *Міжкультурній співпраці та розвитку комунікативних навичок*: уміння співпрацювати з представниками різних культур стає дедалі важливішим в умовах євроінтеграції. Комунікативні навички та розуміння міжкультурних відмінностей стають ключовими.

5. *Формуванні гнучкості та інноваційного підходу*: європейська інтеграція накладає вимоги щодо швидкого адаптування до змін і розвитку інноваційних рішень. Корпоративна культура повинна сприяти розвитку гнучкості та інновацій.

Отже, умови євроінтеграції вимагають постійного навчання та розвитку персоналу. Корпоративна культура має підтримувати навчання та професійний розвиток. Управління підприємством в умовах євроінтеграції вимагає збалансованого підходу до керівництва, з акцентом на прозорість, справедливість та відкритий обмін ідеями. Важливо створювати умови для креативності та розвитку індивідуальних навичок серед співробітників, що сприяє конкурентоспроможності в умовах євроінтеграції. Умови євроінтеграції надають можливості для співпраці з іншими підприємствами та організаціями, що вимагає відкритості до зовнішнього співробітництва та обміну ідеями.

#### **Список використаних джерел**

1. Монастирська Г.В. Концептуальна модель мотивації продуктивної праці. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки.* 2011. № 4(2). С. 89-92. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk\\_2011\\_4%2](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2011_4%2)

2. Гриценко Н.В. Особливості формування корпоративної культури організації. *Вісник економіки транспорту і промисловості.* 2017. № 59. С. 284—290.

3. Lunkina T., Burkovska A., Burkovska A., Gannichenko T. Corporate social responsibility in banking institutions: foreign experience. *Modern Economics.* 2022. №31. P. 77-81. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V31\(2022\)-11](https://doi.org/10.31521/modecon.V31(2022)-11)

4. Shebanina O., Burkovska A. Approaches to the Installation of the Subsistence Level in the Context of the Food Security in Ukraine. *Journal of Economics and Management Sciences.* 2018. Vol. 1. No. 2: 122–128. <https://doi.org/10.30560/jems.v1n2p122>.

5. Бурковська А., Романчик М. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств через стратегічне управління людськими ресурсами. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal.* 2016. №2(4), С. 43-51. DOI: <https://doi.org/10.51599/are.2016.02.04.04>

