

демонструють контент з відповідними продуктами, які з високим рівнем ймовірності будуть цікавими [2].

Література

1. The Next Big Digital Marketing Trends in 2022. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/the-next-big-digital-marketing-trends>
2. Machine learning in digital marketing: Examples of use cases. URL: <https://www.owox.com/blog/articles/machine-learning-in-marketing/>

УДК 331.104.2

Винничук Р.О., к.е.н., доцент
Пегитяк О.І., студентка
Національний університет «Львівська політехніка»

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ В ЧАС ВІЙНИ

Корпоративна культура – це система цінностей, норм, формальних і неформальних правил, індивідуальних та групових інтересів, традицій і принципів, за якими живуть працівники. Алегорично, це так зване ДНК підприємства, що вказує на унікальність організації та є тією «ниткою», яка пов’язує працівників і робить їх єдиними.

В основі корпоративної культури лежить філософія мислення організації, що визначає її внутрішнє життя. Основною метою корпоративної культури є створення такого робочого клімату в колективі, при якому досягнення поставлених цілей відбувається не лише ефективно, але й з позитивним настроєм та високим рівнем залученості працівників. Основу корпоративної культури становить система цінностей, яку поділяє більшість працівників компанії. У цю систему включені матеріальні, естетичні, духовні та соціальні цінності, які визначають як принципи виконання посадових обов'язків, так і

норми поведінки, спілкування і взаємодії між персоналом. Система цінностей підприємства є ідеологічною складовою виробничого процесу, що забезпечує природну потребу людини в значущості й важливості її праці.

Зважаючи на ситуацію в Україні, пов'язану з повномасштабним вторгненням РФ, на сьогоднішній день діяльність підприємств в цілому та управління персоналом зокрема зіштовхнулися із новими викликами. Роботу менеджера з персоналу можна назвати кризовою, оскільки з початком війни працівники відчують спантеличення, розгубленість та неоднозначність дій. Досі не кожен зумів впоратись зі стресом, внутрішньою тривогою і, звісно ж, їм важко знову увійти в робочий темп і почати працювати ефективно.

Війна не тільки поставила під питання готовність компаній оперативно адаптувати операційні процеси до нових умов, а й показала бізнесу важливість менш видимої, але дуже важливої складової – корпоративної культури [1]. Значна частка працівників мігрували всередині країни та поза її межами, тож у цій ситуації HR-бізнес-партнерство набуває особливого значення. Факторами, які тепер безпосередньо впливають на легкість комунікування, оперативність прийняття рішень і розв'язування проблем тощо. Тому виклик перед HR-функцією у тому, щоб допомогти організації у зміні способів взаємодії, спільної творчості та інновацій. HR повинен бути не лише тим, хто прийняв, звільнив, прописав списки, хто та де зараз знаходиться. Йому необхідно буквально по відділах розуміти, що відбувається з бізнесом, які потреби є сьогодні, як вони зміняться завтра, чим він може допомогти і яким ресурсом володіє.

Опитування та статистичні спостереження свідчать, що 67% працівників концентруються на звичні для себе робочі години, 43% менше орієнтуються на традиційні робочі дні тижня і свята, 52% працівників відзначили зміни у працездатності. Водночас лише 14% колег вважають себе більш продуктивними, а 38% – помітили за собою зниження ефективності праці [2].

Корпоративна культура в системі управління персоналом повинна розглядатися як стратегічний інструмент, що дозволяє орієнтувати всі його

підрозділи та працівників на загальні цілі, підвищувати ініціативу персоналу, забезпечувати відданість загальній справі та полегшувати спілкування. [3].

Як зазначалося раніше, воєнні дії в Україні стали справжнім викликом для більшості видів діяльності. Менеджери з управління персоналом повинні постійно обмірковувати можливі способи покращення роботи й мотивації працівників, підтримувати ментальне здоров'я колективу та зберігати позитивне мислення й віру у краще.

Корпоративна культура – це те, що поєднує весь персонал компанії. Насправді, у цей час вона відіграє надважливу роль у допомозі працівникам подолати пригнічення та відчуття самотності, а також зробити внесок у підтримку країни та наших захисників. Статистика показує, що серед працівників багатьох компаній спостерігається різке зростання кількості волонтерських ініціатив — 76%. Також 91% персоналу віддає більше на благодійність у порівнянні з періодом до повномасштабної війни, а 80% — відмічають збільшення ваги корпоративних внесків на благодійність. Працівники також закривають потребу у спілкуванні, адже почали активно комунікувати між собою, зокрема 54% відмітили, що тепер частіше розмовляють з колегами на неробочі теми. Також 54% стали більш відкритими та щирими у спілкуванні. 77% персоналу частіше цікавляться самопочуттям і справами колег. На 38% більше працівників проводять small talk перед зустріччю. Отже, зростає запит на прозору та своєчасну комунікацію зі співробітниками, а спілкування всередині команди стає відвертішим, з'являється щира потреба у неробочій комунікації з колегами [2]. І саме ці ролі корпоративної культури зараз виходять на перший план і потребують особливої уваги з боку керівників організацій, які прагнуть гармонізувати бізнес, зберегти колектив та втриматися на ринку і цей непростий турбулентний час.

Література

1. Кіра П'ятецька, HRD Ardis Group. Тримаємось разом: 5 порад для команд про роботу під час війни. Режим доступу: <https://hrliga.com/index.php?module=news&op=view&id=24023>
2. Богдана Денисюк, HR Marketing Manager, Terrasoft. Як війна змінює корпоративні культури: сприйняття працедавця, гнучкість та зв'язки у командах. Режим доступу: <https://budni.rabota.ua/ua/hr/yak-viyna-zminyuue-korporativni-kulturi-spriynyattya-pratsedavtsya-gnuchkist-ta-zv-yazki-u-komandah>
3. Гриценко Н. В. Корпоративна культура як елемент системи управління персоналом / Н. В. Гриценко // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків: НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 17-20.

УДК 334.02

Денисенко М.П. д.е.н., професор
Київський національний університет технологій та дизайну
Лесюта Н.Ю. студентка гр. МГМЕк-1-21
Київський національний університет технологій та дизайну

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

В умовах змін структури ринку праці змінилася роль малого та середнього підприємництва, розвиваються напрями державної підтримки його розвитку, особливо в умовах воєнного стану.

Малий та середній бізнес вважається тією складовою економіки кожної держави, яка забезпечує її життєздатність [1]. Власники малого та середнього бізнесу є самостійними у прийнятті рішень щодо ринків і товарів, цін і асортименту, найму персоналу і визначення рівня заробітної плати і багатьох