

УДК 159.9:005.73:334.7

DOI <https://doi.org/10.32782/2312-8437.51.2023-1.19>

**ШМАРГУН Віталій** – доктор психологічних наук, професор кафедри психології, Національний університет біоресурсів і природокористування України, вул. Героїв Оборони, 15, Київ, Україна, індекс 03041 ([shmargun2012@ukr.net](mailto:shmargun2012@ukr.net))

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9727-5083>

Scopus Author ID: 57430312700

**ГАСАБ Оксана** – асистентка, аспірантка кафедри психології, Національний університет біоресурсів і природокористування України, вул. Героїв Оборони, 15, Київ, Україна, індекс 03041 ([sanitskaya@gmail.com](mailto:sanitskaya@gmail.com))

## ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В МАЛИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

**Анотація.** Ця стаття присвячена дослідженню основних характеристик корпоративної культури в малих організаціях. Авторами досліджено взаємозв'язок між корпоративною культурою та ефективністю малих організацій, а також розглянуто вплив різних факторів на формування корпоративної культури, наприклад, таких як лідерство, комунікації, міжособистісні взаємини та організаційна структура.

Стаття надає важливу інформацію з організаційного розвитку, що допоможе зрозуміти, які фактори впливають на формування корпоративної культури та які кроки можна зробити для її поліпшення.

У статті автори також розглядають типи корпоративної культури, які можуть бути характерними для малих організацій. Ця наукова робота розкриває особливості типів організаційної культури, деталі впливу на ефективність малих організацій, а також переваги та недоліки окремих типів корпоративної культури.

Окрім того, стаття аналізує, як корпоративна культура може впливати на задоволеність працівників та їхню мотивацію, що також є важливими факторами для успіху малих організацій.

Нарешті, стаття також відзначає важливість забезпечення належного рівня комунікації та співпраці між працівниками в рамках корпоративної культури малої організації. Загальний зміст статті зосереджується на тому, які чинники впливають на культуру організації та як їх можна контролювати, щоб підвищити ефективність малої організації.

Загалом, ця стаття є корисним джерелом для всіх, хто хоче краще зрозуміти, як корпоративна культура впливає на успішність малих організацій та бажає знайти способи для її поліпшення. Вона містить багато цікавої та корисної інформації, яка може допомогти керівникам вирішувати проблеми, пов'язані з управлінням малими організаціями та формуванням їхньої корпоративної культури.

**Ключові слова:** корпоративна культура, організація, мала організація, керівник, мотивація, задоволеність працею, ефективність організації.

*SHMARGUN Vitalij – Doctor of Psychological Sciences, Professor of the Department of Psychology, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, 15, Heroiv Oborony Str., Kyiv, Ukraine, postal code 03041 (shmargun2012@ukr.net)*

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-9727-5083>

**Scopus Author ID:** 57430312700

*GASSAB Oksana – Assistant, Graduate student, Department of Psychology, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, 15, Heroiv Oborony Str., Kyiv, Ukraine, postal code 03041 (sanitskaya@gmail.com)*

## MAIN CHARACTERISTICS OF CORPORATE CULTURE IN SMALL ORGANIZATIONS

**Abstract.** *This article examines the main characteristics of corporate culture in small organizations. The authors explore the relationship between corporate culture and the effectiveness of small organizations and considers the impact of various factors on the formation of corporate culture, such as leadership, communication, interpersonal relationships, and organizational structure. The article provides important information on organizational development, which helps understand the factors that influence the formation of corporate culture and the steps that can be taken to improve it.*

*The authors also examine the types of corporate culture that may be characteristic of small organizations, detailing their impact on the effectiveness of small organizations, as well as the advantages and disadvantages of individual types of corporate culture. Additionally, the article analyzes how corporate culture can affect employee satisfaction and motivation, which are important factors for the success of small organizations. Finally, the article highlights the importance of ensuring proper communication and collaboration among employees within the framework of corporate culture in a small organization. Overall, this article is a useful resource for anyone who wants to better understand how corporate culture affects the success of small organizations and seeks ways to improve it. It contains a lot of interesting and useful information that can help managers solve problems related to managing small organizations and shaping their corporate culture.*

**Key words:** *corporate culture, organization, small organization, manager, motivation, job satisfaction, organizational effectiveness.*

**Постановка проблеми.** Проблема, яку досліджено у статті, полягає в тому, що малі організації не завжди звертають досить уваги на розвиток своєї корпоративної культури. Зважаючи на те, що корпоративна культура є важливою складовою частиною успішного функціонування будь-якої організації, важливо дослідити, які конкретні характеристики корпоративної культури є найбільш важливими для малих організацій та які зміни в корпоративній культурі можуть призвести до покращення ефективності діяльності малих організацій.

**Аналіз досліджень.** Аналіз досліджень проблеми основних характеристик корпоративної культури в малих організаціях дозволяє встановити, що на сьогодні ця проблема є досить актуальною. У світі є багато різних досліджень, присвячених корпоративній культурі в малих організаціях, і вони дають різні результати та висновки.

Зокрема, було проведено багато досліджень, що показують зв'язок між корпоративною культурою та ефективністю малих організацій. Деякі з них зосереджуються на ролі лідерства у формуванні корпоративної культури, інші досліджують взаємозв'язок між корпоративною культурою та мотивацією працівників. Також досліджувався вплив різних факторів на корпоративну культуру, таких як розмір компанії, галузь діяльності, національна культура та інші.

У деяких дослідженнях виявлено, що малі організації мають свої особливості, які впливають на формування та розвиток корпоративної культури. Зокрема, низька організаційна структура, більш тісний контакт між співробітниками та менші ресурси можуть призвести до більшої взаємодії між співробітниками та більш розвинутої корпоративної культури.

Зважаючи на результати аналізу, можна зробити висновок, що корпоративна культура має велике значення для успішності функціонування малих організацій. Незважаючи на те, що деякі характеристики можуть бути менш вираженими у малих організаціях, загальний вплив корпоративної культури на ефективність роботи організації залишається значним.

Однак дослідження також вказують на те, що у малих організаціях можуть бути виклики у разі впровадження корпоративної культури через обмежені ресурси та менший рівень формалізації. Тому важливо проводити детальний аналіз ситуації та розробляти індивідуальні стратегії впровадження корпоративної культури для кожної конкретної малої організації.

Отже, дослідження характеристик корпоративної культури в малих організаціях має велике значення для покращення ефективності роботи таких організацій та розвитку бізнесу загалом.

**Метою статті** є дослідження і аналіз характеристик корпоративної культури в малих організаціях для визначення основних факторів, що впливають на формування та розвиток корпоративної культури в малих організаціях. А також розгляд важливості розвитку корпоративної культури для ефективного управління малими організаціями та забезпечення їх успішного функціонування.

**Виклад основного матеріалу.** Корпоративна культура є важливим елементом будь-якої організації незалежно від її розміру. У малих організаціях корпоративна культура може мати особливу важливість, оскільки кожен працівник одночасно переймає корпоративну культуру компанії і разом із тим має значний вплив на неї.

Основні характеристики корпоративної культури в малих організаціях можуть включати:

1. Персоналізований підхід. У малих організаціях керівники можуть звернути більше уваги на потреби індивідуальних працівників та налагодити більш тісний контакт з ними.

2. Гнучкість та швидкість реакції на зміни. У малих організаціях зазвичай більш швидко впроваджуються зміни та нововведення, оскільки комунікація між працівниками та керівниками є більш прямою та безпосередньою.

3. Командний дух. У малих організаціях можуть розвиватися дуже сильні командні зв'язки між працівниками, які забезпечують співпрацю та підтримку один одного.

4. Підтримка балансу між роботою та особистим життям. У малих організаціях може бути більша гнучкість у графіку роботи та наданні персональних днів відпочинку, що допомагає підтримувати баланс між роботою та особистим життям.

5. Підтримка інновацій. У малих організаціях керівники можуть бути більш відкриті до інноваційних ідей своїх працівників та швидше їх реалізовувати.

Оскільки малі організації зазвичай мають меншу кількість працівників та менший бюджет, вони можуть мати обмежені ресурси на підтримку корпоративної культури. Але це не заважає створенню позитивної та здорової корпоративної культури, що допоможе зберегти та залучити талановитих працівників.

Для того щоб створити корпоративну культуру в малих організаціях, можуть використовуватися такі підходи:

– створення місії, цінностей та стандартів організації. Важливо, щоб керівники встановили місію, цінності та стандарти організації, щоб працівники мали чітке розуміння того, що очікується від них;

– спільні заходи та розваги. Важливо створювати спільний час для працівників, де вони можуть познайомитися один з одним поза робочим місцем. Це може бути спільний обід, турнір зі спорту або корпоративна вечірка;

– залучення працівників до прийняття рішень. Керівники можуть залучати працівників до прийняття рішень, щоб вони відчували себе частинами команди та були більш залучені до діяльності організації;

– навчання та розвиток. Важливо підтримувати навчання та розвиток працівників, щоб вони могли розвиватися та зростати в організації;

– поширення позитивного настрою. Керівники можуть створювати позитивну атмосферу на робочому місці, нагадуючи працівникам про важливість їхньої роботи та виявляючи вдячність за їхній внесок в організацію. Це може включати слова подяки, нагороди, відзнаки та інші форми визнання;

– забезпечення чесної та відкритої комунікації. Важливо створювати комунікаційну культуру, в якій працівники можуть відкрито обговорювати свої ідеї, проблеми та пропозиції з керівництвом. Така відкритість допомагає створювати відчуття довіри та співпраці в команді;

– залучення до соціальних проєктів. Корпоративна відповідальність може бути важливим елементом корпоративної культури, особливо в малих організаціях, які можуть мати міцні зв'язки зі своєю громадою. Залучення працівників до соціальних проєктів та благодійних

заходів може стати сильним фактором об'єднання команди та сприяти розвитку позитивної корпоративної культури.

Важливо також зазначити, що корпоративна культура в малих організаціях повинна бути пристосована до конкретних потреб та характеристик організації. Немає універсального рішення для створення корпоративної культури, що підходить для всіх малих організацій. Кожна організація має свої унікальні особливості, що потребують індивідуального підходу та визначення власної корпоративної культури.

У організаційній психології поняття «мала організація» зазвичай відноситься до компаній або підприємств, які мають невеликий розмір, обмежений бюджет та малу кількість співробітників. Зазвичай це організації з менше ніж 50 співробітників, хоча точна кількість може відрізнятися залежно від контексту та країни.

Малі організації мають свої особливості, які відрізняють їх від більших організацій. Наприклад, вони зазвичай мають більш просту структуру, менший рівень бюрократії та більшу гнучкість. Також вони можуть мати більш простий процес прийняття рішень, а також більш прямий та особистий контакт між керівником та співробітниками.

Організаційні психологи вивчають різні аспекти малої організації, такі як комунікація, лідерство, мотивація та згуртування команди. Їхні дослідження можуть допомогти керівникам малих організацій краще розуміти їхніх співробітників та створювати ефективніші та успішніші команди.

Малі організації можуть мати різні моделі корпоративної культури, які визначають, як співробітники взаємодіють між собою та зовнішніми стейкхолдерами, які цінності та принципи керують їхньою діяльністю та які організаційні структури та процеси існують.

У малих організаціях моделі корпоративної культури можуть відрізнятися від тих, що використовуються в більших компаніях. Нижче наведено декілька типових моделей корпоративної культури для малих організацій:

1. Сімейна модель: ця модель ґрунтується на ідеї, що компанія є родинним бізнесом, де керівництво має більш особисті стосунки з працівниками. У цій моделі зазвичай існує сильна ієрархія, в якій керівництво знаходиться на вершині. В цій моделі організація ставить на перше місце відносини між співробітниками, які сприяють створенню атмосфери довіри та співпраці. Співробітники відчують себе частиною родини, що створює відчуття приналежності та відповідальності за успіх організації.

Сімейна модель корпоративної культури є типом корпоративної культури, який базується на ідеї того, що організація є сім'єю, де кожен працівник має взаємну повагу, турботу та підтримку один одного. Ця модель може бути особливо ефективною для малих організацій, де кількість працівників невелика, і кожен працівник грає важливу роль у функціонуванні компанії.

У сімейній моделі корпоративної культури важливою є згуртованість та довіра між працівниками. Всі працівники повинні відчувати, що їхній внесок важливий для успіху організації, і що вони є частиною колективу. Крім того, у такій моделі надзвичайно важливою є відкритість та чесність у комунікації між працівниками та керівництвом.

Щоб забезпечити успішне функціонування сімейної моделі корпоративної культури в малій організації, керівництво повинно створити сприятливі умови для турботи про працівників. Це може включати такі елементи, як гнучкий графік роботи, можливість дистанційної роботи, надання фінансових та моральних стимулів, а також навчання та розвиток співробітників.

Крім того, важливою є відкритість та прозорість у прийнятті рішень та розподілі відповідальності. Кожен працівник повинен мати можливість ділитися своїми ідеями та думками, а також мати доступ до інформації про роботу компанії.

Загалом, сімейна модель корпоративної культури в малій організації може бути ефективною, якщо керівництво створить атмосферу довіри та взаємної підтримки. Така модель може допомогти вирішувати проблеми швидко та ефективно, враховуючи інтереси кожного працівника.

Крім того, у малій організації керівництво може бути більш гнучким у прийнятті рішень та враховувати думки та ідеї працівників, що може забезпечити більшу мотивацію та згуртованість колективу. Також важливою є роль лідера у створенні сімейної атмосфери в колективі та в підтримці позитивних взаємин між працівниками.

Однак варто зазначити, що сімейна модель корпоративної культури може мати й певні недоліки, зокрема, може бути важко здійснювати критику та вирішувати конфлікти у колективі.

Тому керівництво повинно забезпечити належне балансування між турботою про працівників та реалістичними очікуваннями від їхньої роботи.

Зрештою, вибір моделі корпоративної культури залежить від цілей та потреб компанії, але врахування особливостей малої організації може бути ключовим фактором у прийнятті рішення.

2. Модель командної роботи: у цій моделі компанія ґрунтується на ідеї співпраці та взаємодії між всіма працівниками, незалежно від їхніх посад та статусу. Ця модель вимагає сильної комунікації та взаємодії між всіма працівниками.

Модель командної роботи може бути частиною різних типів корпоративної культури. Однак, як правило, вона найбільш поширена в компаніях з прогресивною та спрямованою на результат культурою, де комунікація, співпраця та робота в команді є ключовими елементами.

Модель командної роботи передбачає, що робота виконується не окремими працівниками, а командою людей, які мають різні навички та досвід. Кожен член команди має свою роль та обов'язки, які пов'язані із загальною метою команди. Важливим складником цієї моделі є взаємодія між членами команди, їхня спільна робота та співпраця для досягнення спільної мети.

Крім того, модель командної роботи включає у себе такі елементи, як регулярні зустрічі команди для обговорення результатів та планування наступних кроків, спільна відповідальність за результат та взаємна підтримка. У цій моделі також важливими є відкритість до ідей та думок кожного члена команди, а також можливість ділитися знаннями та досвідом.

Отже, модель командної роботи може бути ефективною в будь-якому типі корпоративної культури, якщо компанія спрямована на досягнення спільних цілей, а комунікація та співпраця є ключовими елементами успіху.

3. Модель орієнтована на клієнта: у цій моделі компанія фокусується на задоволенні потреб клієнтів та ринкові орієнтації. Ця модель підкреслює важливість якісного обслуговування та відносин з клієнтами.

Модель корпоративної культури, яка орієнтована на клієнта, є дуже важливою для будь-якої компанії, яка прагне досягнути успіху на ринку та збільшити свій прибуток. Ця модель передбачає, що всі працівники компанії зосереджені на задоволенні потреб та очікувань своїх клієнтів.

Основні принципи цієї моделі корпоративної культури включають:

Клієнтське спрямування. Кожен працівник компанії повинен розуміти, що його головною метою є задоволення потреб та очікувань клієнтів. Усі процеси в компанії повинні бути спрямовані на поліпшення якості обслуговування та забезпечення задоволення клієнтів.

Комунікація з клієнтами. Компанія повинна знаходитися в постійному контакті зі своїми клієнтами, щоб забезпечити зростання рівня задоволення та збільшення лояльності клієнтів.

Поліпшення якості продукту або послуги. Компанія повинна постійно працювати над поліпшенням якості своїх продуктів або послуг, щоб задовольняти потреби своїх клієнтів.

Розуміння конкурентного середовища. Компанія повинна бути свідомою щодо конкурентного середовища та здійснювати заходи для збереження своєї конкурентоспроможності.

Навчання та розвиток працівників. Компанія повинна створювати умови для постійного навчання та розвитку своїх працівників, щоб вони могли надавати краще обслуговування своїм клієнтам.

Відповідальність за результат. Кожен працівник повинен розуміти свою роль у досягненні результату та бути відповідальним за свої дії та рішення.

Створення позитивної атмосфери в компанії. Компанія повинна створювати сприятливі умови для роботи працівників та підтримувати позитивну атмосферу в колективі.

Інновації та пошук нових рішень. Компанія повинна бути відкритою до нових ідей та рішень, що можуть покращити якість продукту або послуги для своїх клієнтів.

Застосування моделі корпоративної культури, яка орієнтована на клієнта, дозволяє компанії залучати та утримувати клієнтів, збільшувати їх лояльність та забезпечувати рост свого бізнесу. Однак для успішної реалізації цієї моделі необхідна відповідна стратегія, комунікація та підтримка керівництва компанії.

4. Модель інновацій: у цій моделі компанія ставить перед собою завдання постійної інновації та вдосконалення своїх продуктів та послуг. Ця модель підкреслює важливість творчості та розуміння ринку.

Модель корпоративної культури, що базується на інноваціях, передбачає створення умов для розвитку нових ідей та пошуку нових можливостей для компанії. Ця модель орієнтована на залучення креативних працівників та створення культури, що сприяє інноваціям та пошуку нових рішень.

Основні принципи моделі корпоративної культури, що базується на інноваціях, можуть включати:

Залучення креативних працівників. Компанія повинна залучати та утримувати працівників, які мають творчий потенціал та готовність до пошуку нових ідей та рішень.

Створення сприятливих умов для розвитку нових ідей. Компанія повинна створювати умови для розвитку нових ідей та інновацій, включаючи створення інноваційної культури та підтримку досліджень і розробок.

Створення інноваційної культури. Компанія повинна створити культуру, що сприяє розвитку інновацій та стимулює працівників до пошуку нових рішень та ідей.

Створення структури для розвитку інновацій. Компанія повинна створити структуру, яка підтримуватиме інноваційні проекти та забезпечить їх успішне впровадження.

Підтримка керівництва компанії. Керівництво компанії повинно підтримувати розвиток інновацій та створення умов для реалізації нових ідей.

Застосування моделі корпоративної культури, що базується на інноваціях, дозволяє компанії розвиватися та займати лідерську позицію на ринку завдяки розробці нових продуктів та послуг, покращенню процесів та оптимізації діяльності. Це також сприяє залученню нових клієнтів та утриманню наявних, оскільки компанія відповідає на потреби та вимоги ринку та пропонує інноваційні рішення.

Однак для успішної реалізації моделі корпоративної культури, що базується на інноваціях, необхідно мати належний рівень фінансових ресурсів, технічні можливості та належну кадрову базу. Також важливо забезпечити підтримку та залучення всіх працівників компанії до процесу розвитку та інновацій, зокрема шляхом забезпечення курсів підвищення кваліфікації та створення команд роботи.

Загалом, модель корпоративної культури, що базується на інноваціях, є важливим інструментом для розвитку компанії та забезпечення її конкурентоспроможності на ринку. Ця модель дозволяє компанії бути гнучкою та адаптивною до змін, що дозволяє їй успішно відповідати на виклики та зберігати лідерську позицію на ринку (Захарчин, 2011; Хата, 2003; Лепейко, 2013; Юрченко, 2014).

Крім того, в малих організаціях можуть існувати і гібридні моделі, які поєднують у собі елементи кількох з наведених вище моделей. Гібридні моделі корпоративної культури поєднують різні аспекти різних моделей та дозволяють компанії забезпечити оптимальний баланс між різними потребами та вимогами. В малих організаціях гібридна модель корпоративної культури може бути особливо ефективною, оскільки вона дозволяє забезпечити більшу гнучкість та адаптивність до змін, що є важливими для успішної діяльності в динамічному бізнес-середовищі.

Однією з можливих гібридних моделей корпоративної культури для малих організацій є поєднання моделі командної роботи та моделі інновацій. У цій моделі працівники працюють у команді та співпрацюють для досягнення спільних цілей, при цьому стимулюються до інновацій та розвитку нових ідей. Компанія може створювати спеціальні команди, які працюють над проектами з розробки нових продуктів або послуг, або створювати інноваційні лабораторії для стимулювання розвитку нових ідей.

Ще однією гібридною моделлю корпоративної культури для малих організацій може бути поєднання моделі сімейної культури та моделі, орієнтованої на клієнта. У цій моделі працівники компанії співпрацюють та підтримують один одного, як у сім'ї, при цьому вони також зосереджуються на задоволенні потреб та вимог клієнтів та забезпеченні їх задоволення.

Важливим аспектом гібридної моделі корпоративної культури є те, що вона повинна бути адаптована до конкретного бізнес-середовища та потреб компанії. Крім того, важливо забезпечити якісну комунікацію та співпрацю між різними командами та відділами.

Іншою можливою гібридною моделлю корпоративної культури може бути поєднання моделі інновацій та моделі, орієнтованої на клієнта. У цій моделі працівники компанії стимулюються до розвитку нових ідей та інновацій, при цьому основний акцент робиться на потреби та вимоги клієнтів. Компанія може створювати спеціальні відділи або команди, які займаються

розробкою та впровадженням нових продуктів або послуг, зосереджуючись на задоволенні потреб та вимог своїх клієнтів.

Крім того, гібридні моделі корпоративної культури можуть бути різними за ступенем інтеграції різних аспектів. Деякі компанії можуть поєднувати дві моделі на рівні культурних цінностей та підходів до керування, тоді як інші можуть поєднувати різні аспекти на рівні практичної реалізації (Ігнат'єва, 2013; Лепейко, 2013).

У будь-якому випадку гібридні моделі корпоративної культури можуть бути ефективними для малих організацій, оскільки вони дозволяють забезпечити оптимальний баланс між різними вимогами та потребами, що є важливим для успішного функціонування в динамічному бізнес-середовищі.

**Висновки.** Отже, корпоративна культура в малій організації може бути корисна з багатьох причин.

По-перше, корпоративна культура може створити спільну ідентичність та згуртувати команду. В малих організаціях, де співробітники працюють у невеликій кількості, створення спільної ідентичності може бути особливо важливим для створення продуктивного та сприятливого робочого середовища.

По-друге, корпоративна культура може стати механізмом передачі цінностей та норм, які підтримуються організацією. У малій організації, де зазвичай немає багатьох формальних структур та процедур, цінності та норми можуть бути передані через корпоративну культуру.

По-третє, корпоративна культура може допомогти залучати та зберігати талановитих співробітників. Якщо мала організація має привабливу та прогресивну корпоративну культуру, то це може бути привабливо для потенційних працівників та допомогти утримати наявних співробітників.

По-четверте, корпоративна культура може допомогти встановити та підтримувати високі стандарти поведінки та етики. В малій організації, де співробітники можуть мати прямий контакт з керівництвом, корпоративна культура може допомогти утримати високі моральні стандарти та етичні принципи.

Отже, корпоративна культура може мати багато позитивних впливів на малу організацію – від створення спільної ідентичності та згуртування команди до залучення талановитих співробітників і встановлення високих стандартів етики та поведінки. Проте для досягнення цих позитивних результатів необхідно, щоб корпоративна культура була ретельно пророблена та зрозуміла для всіх співробітників.

Насамперед малі організації повинні знати, яку корпоративну культуру вони хочуть створити. Для цього необхідно визначити цінності та принципи, які організація хоче просунути серед співробітників, а також спосіб, яким цінності та принципи будуть передані.

Далі малі організації повинні забезпечити, щоб корпоративна культура була реалістична та відображала реальність організації. Не можна створити корпоративну культуру, яка не відповідає реальності робочого середовища, адже це може призвести до невдоволення та відчуття обману серед співробітників.

Також малі організації повинні забезпечити, щоб корпоративна культура була прийнята всіма співробітниками та відповідала їхнім потребам та очікуванням. Це можна досягти шляхом активної комунікації зі співробітниками та створенням відкритого та демократичного середовища, де кожен має можливість висловити свою думку та бути чутий.

Отже, корпоративна культура може бути дуже корисною для малих організацій, якщо вона ретельно пророблена, реалістична та прийнята всіма співробітниками. Вона може створити сприятливе робоче середовище, згуртувати команду та допомогти встановити високі моральні та етичні стандарти серед співробітників, що своєю чергою може позитивно відобразитись на роботі організації та її репутації.

Крім того, корпоративна культура може допомогти малим організаціям залучати та зберігати талановитих співробітників. Коли компанія має сильну корпоративну культуру, це стає однією з ключових переваг у разі приваблення та утримання кваліфікованого персоналу. Співробітники більш схильні працювати в компанії, де вони почувуються комфортно та відчують, що їхні цінності та інтереси співпадають з цінностями організації.

Нарешті, корпоративна культура може допомогти малим організаціям розвиватись та досягати поставлених цілей. Коли у компанії панує спільна культура, співробітники працюють як

єдиний організм, що може дозволити досягати кращих результатів та розвиватись відповідно до стратегії компанії.

Отже, корпоративна культура може бути дуже корисною для малих організацій, адже вона може збільшити ефективність роботи, залучити талановитих співробітників та допомогти досягти поставлених цілей. Однак для досягнення цих позитивних результатів необхідно ретельно проробити корпоративну культуру та забезпечити її прийняття всіма співробітниками.

### Література

- Захарчин Г.М.** Корпоративна культура : навчальний посібник / Г.М. Захарчин та ін. ; ред.: Г.М. Захарчин. Львів : Новий світ-2000, 2011. 344 с.
- Ігнатська І.А.** Корпоративне управління : підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.А. Ігнатська, О.І. Гарафоновна. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 600 с.
- Корпоративна культура** : навчальний посібник / за заг. ред. Г.Л. Хата. Київ : Центр навчальної літератури, 2003. 403 с.
- Лепейко Т.І.** Організаційна поведінка : навчальний посібник. Харків : Вид. ХНЕУ, 2013. 156 с.
- Юрченко В.В.** Корпоративна культура організації : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 144 с.

### References

- Zacharchyn, H.M.** (2011). Korporatyvna kultura: Navchaljnyj posibnyk [Corporate culture: Textbook]. Lviv. Novyj svit-2000 [New world-2000]. 344 s. [in Ukrainian].
- Ignatyeva, I.A. and Garafonova, O.I.** (2013). Korporatyvne upravlinnja: pidruchnyk dlya studentiv vyshchych navchaljnych zakladiv [Corporate governance: Textbook for higher education institutions]. Kyiv: Tcentr navchaljnoi literatury [Center of educational literature]. 600 s. [in Ukrainian].
- Khata, G.L.** (Ed.). (2003). Korporatyvna kultura: navchaljnyj posibnyk [Corporate culture: Textbook]. Kyiv: Tcentr navchaljnoi literatury [Center of educational literature]. 403 s. [in Ukrainian].
- Lepeyko, T.I.** (2013). Organizatsijna povedinka: navchaljnyj posibnyk [Organizational behavior: Textbook]. Kharkiv: Vyd. KHNEU [Publishing house of Kharkiv National Economic University]. 156 s. [in Ukrainian].
- Yurchenko, V.V.** (2014). Korporatyvna kultura organizatsii: navchaljnyj posibnyk [Corporate culture of the organization: Textbook]. Kyiv: Tcentr navchaljnoi literatury [Center of educational literature], 2014. 144 s. [in Ukrainian].