

проекти з підтримки талановитих дітей та молоді, шляхом проведення різноманітних олімпіад та творчих конкурсів.

Заходи з екологічної відповідальності мають дуже велике значення для розвитку як самої компанії, так і її працівників. Вони дають змогу розвивати внутрішню корпоративну культуру організації на принципах соціальної відповідальності, позитивно впливають на ставлення до неї зовнішніх стейкхолдерів та формують позитивний імідж на ринку.

### **Список використаних джерел:**

1. Леонтенко О., Ільєнко А. Сучасні тенденції розвитку соціальної відповідальності в управлінні персоналом. *Галицький економічний вісник*. 2021. Том 71. № 4. С. 92-98.

2. Соціальна відповідальність: начальний посібник / А. М. Колот та ін. Київ: КНЕУ, 2015. 552 с.

3. Юрій Маршавін, Тарас Кицак, Володимир Кирилюк, Ольга Леонтенко, Андрій Василенко *Конкурентоспроможність українського ринку праці в контексті сучасних глобальних викликів. Соціально-трудова відносина: теорія і практика*. Том 12 2022, Випуск №2, С. 1-14

**УДК 658.311.6/.8:316.65**

**Лозова О.В.,**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту,*

**Пертель І.С., Конотопов І.С.,**

*здобувачі вищої освіти,*

*Полтавський університет економіки і торгівлі*

## **ВПЛИВ КОНФЛІКТІВ НА РІВЕНЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ КОМПАНІЇ**

Корпоративна культура в компанії відіграє важливу роль і може суттєво впливати на рівень конфліктів між працівниками в ній. Оскільки культура підприємства визначає систему цінностей, переконань та норм, які розподіляються між всіма працівниками компанії. Відповідно корпоративна культура впливає на поведінку співробітників та їх взаємодію в середині організації. Тому конфлікти найчастіше виникають між працівниками через різницю у цінностях,

нормах, очікуваннях від роботи в компанії та способах спілкування між працівниками. І чим більше персоналу не розділяє корпоративну культуру компанії, тим більше конфліктів буде всередині неї.

Саме тому власникам та керівникам компанії необхідно максимально зосередити свою увагу на тому, що всі працівники розуміли цінності, знали стратегію розвитку компанії, мали можливість відкрито висловлювати свої побоювання та незадоволення, а менеджери підприємства сприймали критику в свою адресу, як зони росту, а не особисту образу.

Отже, спільні цінності та норми можуть зменшити ризик конфліктів, оскільки працівники розуміють, як вони повинні взаємодіяти між собою. Відкритий комунікаційний стиль сприяє вирішенню непорозумінь, незадоволення, страхів та запобігає накопиченню негативних емоцій. Так, більшість великих компаній створюють власну електронну мережу, де працівники можуть доєднуватись до онлайн-нарад, спілкуватись між собою, обмінюватись досвідом та методами й способами вирішення проблем, які виникають під час роботи, а найголовніше в такий спосіб вони підвищують рівень приналежності до конкретної компанії, що робить їх більш продуктивнішими та ефективнішими.

Отже, залучення працівників до формування корпоративної культури є надважливим питанням, необхідно, щоб всі працівники компанії брали участь у її створенні та розвитку. Також, слід відмітити, що слід навчати персонал вирішенню конфліктів, для цього компанія може проводити тренінги, семінари та вебінари з вирішення конфліктів для своїх працівників. Варто створити середовище в якому конфлікти не загострюють, а відкрито вирішуються, кожен працівник має розуміти, що його думка важлива й будь який конфлікт може бути конструктивно вирішено.

Для більшого розуміння щодо питань по вирішенню конфліктів, компанії варто до «Кодексу корпоративно етики» додати розділи «Взаємовідносини всередині компанії» та «Конфлікт інтересів» й довести до відома кожного працівника. Кількість розділів, які прив'язані до вирішення конфліктів може бути значно більше, оскільки чим точніше компанія визначить свою позицію, тим менше їх взагалі буде виникати між працівниками. Також, політику вирішення конфліктів можна розширити й на контрагентів, постачальників, клієнтів, державними органами тощо.

Вцілому, позитивна корпоративна культура сприяє зниженню рівня конфліктів, підвищує задоволеність працівників своєю роботою, збільшує продуктивність праці та сприяє стабільності функціонування компанії.

**УДК 658.3.005.95**

*Мороз В. О.,  
здобувач вищої освіти,  
Шановалова І. В.,  
старший викладач кафедри маркетингу, менеджменту та  
публічного адміністрування,  
Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського*

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Інтенсивний процес організації світового економічного простору та стрімкий розвиток ринків у ХХ столітті спричинили виникнення високого рівня конкуренції. Це поняття має на увазі під собою боротьбу за увагу споживача, яка стає дедалі більше актуальною. Зміна споживацьких уподобань, підвищення вимог до якості обслуговування та зростання конкуренції змушують ресторани підприємства активно переглядати свою корпоративну культуру для досягнення ефективності та відповідності сучасним вимогам. Трансформація корпоративної культури в ресторанному господарстві є необхідним кроком для успішної адаптації до сучасних викликів та вимог ринку.

Сутність корпоративної культури досліджується у роботах таких видатних вітчизняних і зарубіжних дослідників, як: О. Бала, Н. Богданова, Н. Барановська, З. Рум'янцева, А. Співак, Г. Чайка, Т. Чернишова та Т. Немченко, Є. Шейн, Є. Жак, Д. Елрідж і А. Кромбі, У. Оучі, К. Голанд, Г. Хофстеде, Е. Браун, Р. Кілман, М. Сакстон, М. Альберт, Ф. Хедоурі та інші.

На думку Е. Шейна, корпоративна культура – сукупність колективних базових правил, винайдених, відкритих або вироблених певною групою людей у міру того, як вона вчилася вирішувати проблеми, пов'язані з адаптацією до зовнішнього середовища й внутрішньою інтеграцією, і розроблених досить добре для того, щоб