

УДК 658.311.2:355.46

Тесленок І.М.¹, Бузенко М.Ю.²

¹ канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. БТЕ-0822 НУ «Запорізька політехніка»

РОЛЬ ЛІДЕРСТВА У ФОРМУВАННІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Зростаюча динамічність середовища, глобалізація та конкуренція спричиняють підвищення ролі лідера компанії, який безпосередньо визначає стратегічний вектор розвитку, впливає на формування корпоративної культури, етичних принципів і моделей поведінки працівників.

Розгорнуте визначення корпоративної культури дає О. Замковий, автор зазначає, що це – «єдине середовище, в якому мешкають усі співробітники компанії. Це єдиний набір цінностей та звичок, діловий етикет. Це режим

роботи, спілкування з колегами та клієнтами... система залагодження конфліктів, субординація, правила адаптації та навчання персоналу, командна робота, виконання поставлених завдань та багато іншого» [2].

Виходячи із визначення можна окреслити основні фактори формування корпоративної культури, які подано на рисунку 1.

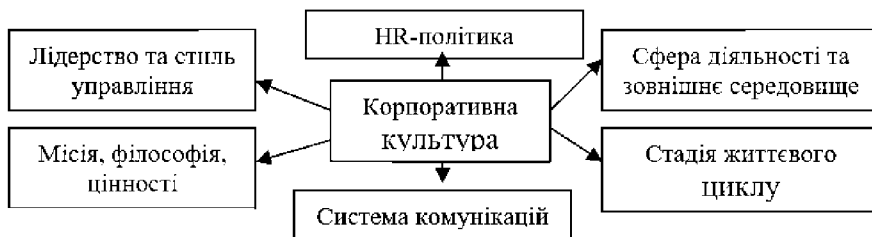


Рисунок 1 – Фактори формування корпоративної культури [1; 5; 6, с. 70].

Як видно із рисунку, одним із ключових факторів формування корпоративної культури є лідерство, яке визначає систему цінностей, норм і моделей поведінки в організації. Ефективне лідерство сприяє згуртованості колективу, підвищенню продуктивності праці та формуванню позитивного іміджу компанії. Водночас недостатня увага до формування цінностей і норм поведінки може призвести до конфліктів, зниження продуктивності та репутаційних ризиків.

Лідери виступають носіями корпоративної культури та прикладом для наслідування. Їхня поведінка, управлінські рішення та комунікаційний стиль безпосередньо впливають на формування норм взаємодії в колективі. Через механізми мотивації, внутрішніх комунікацій і системи заохочень вони закріплюють бажані моделі поведінки. Тобто саме лідери формують базові цінності компанії, які згодом трансформуються у стандарти поведінки працівників та відбиваються на зовнішній комунікації. Важливим аспектом є узгодженість між задекларованими цінностями та реальними діями лідера. У разі невідповідності виникає недовіра з боку працівників, що негативно впливає на корпоративну культуру та ефективність функціонування.

Розробляючи PR-стратегію компанії часто вибудовують її навколо особистості лідера. Навіть, більше, деякі підприємства асоціюються зі своїм лідером. Такий підхід забезпечує просування у соціальному просторі для отримання нових соціальних зв'язків і нових можливостей, які можна капіталізувати, зокрема отримання доступу до інвестиційних ресурсів. У даному разі також важливою метою буде позитивна популярність лідера як соціально відповідального суб'єкта, оскільки його сприятливий імідж позначається на образі підприємства та його бренді [4, с. 41]

Роль лідера у формуванні корпоративної культури набуває особливого значення в умовах змін, а також політичних зрушень, що особливо актуально для України. На перший план виходяться такі здатності лідера як:

- підтримка та емпатія;
- чіткість та прозорість у комунікаціях. На лідера покладено надання чіткої та достовірної інформації про ситуацію на підприємстві. Саме він несе відповідальність за прозорість у прийнятті рішень, пояснення їхньої необхідності, встановлення реалістичних цілей та очікувань;
- адаптивність та гнучкість в умовах невизначеності;
- підтримання стабільності та безперервності робочих процесів, наскільки це можливо (розробка планів дій на випадок надзвичайних ситуацій; підтримка мотивації, нагадування про важливість результатів);
- трансляція цінностей [2, с. 810].

Отже, лідерство є визначальним фактором формування корпоративних цінностей і норм поведінки. Воно забезпечує інтеграцію працівників у спільну систему цінностей, формує організаційну ідентичність та сприяє підвищенню ефективності діяльності компанії. Ефективне лідерство передбачає не лише формування цінностей, але й їх послідовну реалізацію в управлінській практиці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гресь Є.Ю., Язвінська Н.В. Особливості формування корпоративної культури на підприємстві. *Вісник КРІ ім. І. Сікорського*. 2014, URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/79b7119d-1554-4ad1-8675-366c60c3c067/content> (дата звернення 21.03.2026).
2. Замковий О. Корпоративна культура як фактор формування успішності українського ділового оточення на шляху до європейських стандартів. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-62/> URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1586> (дата звернення 23.03.2026).
3. Карпенко Ю., Животенко В., Чупринюк Б., Богдан Я. Роль лідера у формуванні корпоративної культури організації в умовах війни. *Національні інтереси України*. 2025. № 3 (8). URL: <https://perspectives.pp.ua/index.php/niu/article/view/21321/21296> (дата звернення 24.03.2026).
4. Павлішина Н.М., Кочнова І.В., Шаповалов Ю.А. PR-стратегія промислового підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2021. № 1 (28). С 37-41. URL: https://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/28_2021/9.pdf (дата звернення 24.03.2026).

5. Фактори, що впливають на формування корпоративної культури. URL: https://stud.com.ua/39742/menedzhment/faktori_vplivayut_formuvannya_korporativnoyi_kulturi (дата звернення 21.03.2026)

6. Храпкіна В.В., Храпкін О.М. Роль лідера у формуванні корпоративної культури підприємства. *Збірник наукових праць ДУІТ. Серія «Економіка і управління»*. 2024. Вип. 55. С. 68-75. URL : <https://em.duit.in.ua/index.php/home/article/view/191/189> (дата звернення 24.03.2026).