

3. Яворський Р. Т., Шишковський С. В. Формування гнучкої системи менеджменту. *Бізнес Інформ*. 2023. № 10. С. 329-333. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-10-329-333>.
4. Яковенко В. С., Ткаліч Д. К. Особливості механізму управління інноваційними процесами підприємства. *Бізнес Інформ*. 2022. № 12. С. 93-98.
5. Ярмусь Д. В. Ризик-менеджмент в умовах воєнного стану: адаптація моделей управління. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2025. Т. 1. № 2(93). С. 337-343.

Манейло С. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЛІДЕРСТВО ТА КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В УКРАЇНСЬКОМУ БІЗНЕСІ

В сучасних українських компаніях поняття корпоративної культури слід розглядати не лише як набір формальних правил чи гасел, а як фундаментальний елемент стратегічного управління, який сприяє адаптації бізнесу до змінного середовища. Наприклад, дослідження показують, що корпоративна культура є «основою успішного бізнесу» через вплив на мотивацію, задоволеність працівників та ефективність підприємства [1]. Водночас лідерство в таких організаціях відіграє ключову роль: лідер не лише керує процесами, але й формує цінності, стандарти поведінки та самоідентифікацію команди.

Ключовий тезис: лідерство й корпоративна культура взаємопов'язані – лідер створює (або трансформує) корпоративну культуру, а культура, у свою чергу, визначає ефективність лідерства. У роботі [2] підкреслюється, що роль лідера у формуванні корпоративної культури є вирішальною для сталого розвитку організації. Адаптація міжнародних моделей корпоративної культури до національного контексту є не просто бажаною, а необхідною.

У періоди криз (наприклад, пандемії чи війни) корпоративна культура набуває особливого значення як фактор стійкості бізнесу. Дослідження показують, що під час пандемії COVID-19 підприємства, які змогли зберегти соціальні зв'язки, підтримати працівників і трансформувати культуру, мали кращі шанси на виживання. У таких умовах ефективне лідерство проявляється не лише через управління процесами, а й через об'єднання команди навколо цінностей, створення довіри та емпатії. Корпоративна культура в українському бізнесі виступає

стратегічним ресурсом розвитку підприємства: вона сприяє інноваціям, мотивації персоналу, формуванню сильного кадрового потенціалу. У дослідженні «Корпоративна культура як складова конкурентних переваг підприємства» підкреслюється, що культура може стати джерелом стійких конкурентних переваг [3].

З точки зору лідерства можна виокремити такі критичні компетенції для українського бізнес-лідера: здатність формувати спільне бачення і цінності, встановлювати стандарти поведінки, створювати середовище довіри й відкритості, адаптуватися до змін, мотивувати та залучати працівників. Дослідження [2] виділяє серед тенденцій для України емпатію, довіру, залученість як ключові характеристики лідерства у нових умовах. Однак практична реалізація цих підходів в українському бізнес-середовищі гальмується рядом викликів: низькою ступенем усвідомлення значення корпоративної культури (наприклад, значна частина керівників визнає формальну її присутність, але не практичну реалізацію); відсутністю чіткого зв'язку між задекларованими цінностями та реальною поведінкою компанії [4].

Рекомендації для українських підприємств можна сформулювати наступні напрямки вдосконалення.

1. Активна участь лідера у формулюванні, комунікації та втіленні корпоративних цінностей.

2. Побудова культури довіри й відкритості, що сприяє залученості працівників і збільшує їхню орієнтацію на спільну місію.

3. Узгодження офіційних цінностей компанії з практичними діями, щоб уникнути розриву між заявленим і реальним.

4. Адаптація культури до національного контексту та викликів (війна, економічна нестабільність, трансформація) – через підсилення ідентифікації працівника з підприємством, підтримку психологічної безпеки.

5. Інтеграція культури як стратегічного елементу управління, а не як додатку, щоб вона відігравала роль у формуванні стратегії підприємства, а не була лише внутрішнім заходом.

На завершення, лідерство й корпоративна культура в українському бізнесі – це не просто модні терміни, а взаємодіючі механізми, що визначають здатність

підприємства адаптуватися, мотивувати, витримувати виклики та досягати конкурентних переваг. Усвідомлення цього факту і активне впровадження відповідних практик можуть стати критичним фактором успіху для українських компаній.

Список використаних джерел:

1. Druhova Olena. Organizational culture as the basis of successful business. <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-2-24>
2. Корпоративна культура та цінності URL: <https://ligazakon.net/topics/67a3e410c2bc597e753ad80d/2025-09-25>.
3. Іжевський П. Г., Федоришина Л. М. Інновації в лідерстві: тренди та досвід для України. URL: <https://inneco.org/index.php/innecoen/article/view/1513/1662>.
4. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна / головний редактор В. В. Середа. Львів: ЛьвДУВС. 2016.

Масюк К. Р.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ СУБ'ЄКТА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Сучасні умови розвитку економіки характеризуються високим рівнем конкуренції, динамічністю ринкового середовища та швидкими технологічними змінами. Саме тому особливої актуальності набуває підвищення ефективності діяльності суб'єктів малого підприємництва, що відіграє важливу роль у формуванні конкурентного середовища, розвитку інновацій та забезпеченні зайнятості населення. Одним із ключових чинників підвищення результативності діяльності малих підприємств є раціональна організація їхніх бізнес-процесів

Бізнес-процеси підприємства являють собою взаємопов'язану сукупність дій, спрямованих на створення продукції або послуг, які мають цінність для споживача, а саме: управлінські, виробничі, маркетингові, інформаційні та інші процеси. Ефективність діяльності підприємства значною мірою визначається рівнем узгодженості та оптимальності цих процесів. Саме тому в сучасній практиці управління підприємствами широко застосовується процесний підхід, який передбачає розгляд підприємства як системи взаємопов'язаних процесів, орієнтованих на досягнення визначених стратегічних цілей [1].