

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ФОРМУВАННІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Зленко Яна Юріївна, викладач кафедри соціальних комунікацій, документознавства та інформаційної діяльності Університету Григорія Сковороди в Переяславі.

Калужинська Юлія Володимирівна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій, документознавства та інформаційної діяльності Університету Григорія Сковороди в Переяславі.

Зленко Алла Миколаївна, кандидат історичних наук, професор, професор кафедри соціальних комунікацій, документознавства та інформаційної діяльності Університету Григорія Сковороди в Переяславі.

У статті досліджено роль соціальних комунікацій у формуванні корпоративної культури сучасних організацій в умовах глобалізації та технологічного розвитку. Показано, що корпоративна культура виступає ключовим елементом адаптації компаній до змін на ринку, а також підвищує ефективність і стійкість організації. Визначено, що соціальні комунікації сприяють налагодженню внутрішніх зв'язків, підвищенню залученості працівників, формуванню довіри та взаєморозуміння, що позитивно впливає на продуктивність та конкурентоспроможність компанії.

Ключові слова: корпоративна культура, соціальні комунікації, ефективність, взаємодія, залученість працівників, конкурентоспроможність.

У сучасних умовах глобалізації, технологічного розвитку та динамічних змін на ринку саме корпоративна культура стає одним із ключових факторів, що визначає здатність компанії адаптуватися до нових викликів, підтримувати ефективну взаємодію між співробітниками та забезпечувати сталий розвиток. Соціальні комунікації виконують важливу роль у налагодженні внутрішніх зв'язків, підвищенні рівня залученості працівників та створенні сприятливого емоційного клімату в організації, що безпосередньо впливає на її продуктивність і конкурентоспроможність.

Мета статті: проаналізувати роль соціальних комунікацій у формуванні корпоративної культури.

Сучасні наукові розвідки підтверджують, що в умовах цифровізації та розвитку соціальних медіа зростає роль комунікацій у формуванні цінностей, мотивації та лояльності працівників.

Амеліна С., Кубіцький С. (Амеліна, Кубіцький, 2020) вивчали феномен корпоративної культури як ключовий елемент системи управління персоналом, який сприяє формуванню лояльності співробітників та створенню позитивного іміджу компанії. Автори зазначили, що корпоративна культура виконує такі функції, як підвищення мотивації, формування відчуття причетності, уникнення конфліктів і мобілізація співробітників на реалізацію цінностей компанії.

Казак К., Краснокутська Н., (Казак, Краснокутська, 2019) досліджували сучасні тенденції розвитку соціальних медіа як каналів комунікації та їхній вплив

на діяльність організацій. Автори проаналізували, як інтернет-технології створюють нові можливості для спілкування, підвищують якість діалогу з аудиторією, знижують витрати та сприяють формуванню довгострокових відносин. Автори запропонували систему критеріїв для вибору оптимального каналу комунікації і провели компаративний аналіз основних сучасних каналів комунікації, визначивши їхні переваги та обмеження.

Відтак, важливим є вивчення не лише теоретичних підходів до цього питання, а й практичних аспектів, таких як вибір оптимальних каналів комунікації, побудова діалогу зі стейкхолдерами та управління репутацією через соціальні платформи.

У сучасному світі, де бізнес середовище стає все більш динамічним і конкурентним, корпоративна культура виступає важливим елементом, що впливає на ефективність та стійкість організації. Саме корпоративна культура визначає цінності, норми та поведінку співробітників, сприяє формуванню командного духу і підвищенню мотивації. У цьому процесі важливу роль відіграють соціальні комунікації, які не лише забезпечують обмін інформацією, а й зміцнюють внутрішні зв'язки, сприяють взаєморозумінню і довірі серед співробітників. Розуміння ролі соціальних комунікацій у формуванні корпоративної культури дозволяє компаніям підвищувати рівень залученості персоналу, створювати сприятливу атмосферу для професійного розвитку та досягати стратегічних цілей.

Сучасна трансформація суспільства супроводжується проникненням комунікації в усі сфери життя, появою нових типів комунікативних структур і процесів, а також переосмисленням ролі комунікації у розвитку суспільства. Комунікація стає об'єктом багаторівневих досліджень і розглядається з різних аспектів. Соціальна комунікація як сфера символічної взаємодії позитивно впливає на формування цінностей, сприяє взаєморозумінню та стабільності суспільства, підтримує багатовимірні взаємодії між людьми й передавання культурних традицій (Амеліна, Кубіцький, 2020).

У сучасну епоху цифровізації та креативної економіки успішність бізнесу значною мірою залежить від здатності керівництва створювати сприятливе середовище для професійного розвитку персоналу та розкриття його творчого потенціалу. Важливим фактором цього процесу є налагодження ефективної комунікації в колективі, зокрема впровадження сучасних технік комунікацій, розв'язання конфліктів і проведення тренінгів (Ровенська, Смирнова, Латишева, 2023).

Ефективні комунікаційні процеси допомагають створити відкриту і довірливу атмосферу в колективі, що є необхідною умовою для розвитку корпоративних цінностей та спільних норм поведінки. Соціальні комунікації сприяють взаєморозумінню між співробітниками, формують спільні цілі та мотивацію, а також дозволяють оперативно реагувати на виклики та конфлікти. Саме завдяки правильному спілкуванню, заснованому на принципах прозорості та співпраці, корпоративна культура стає гнучкою і адаптивною, що, в свою чергу, підтримує інноваційність та творчий підхід у бізнес-процесах.

Амеліна С., Кубіцький С. (Амеліна, Кубіцький, 2020) зазначають, що корпоративна культура – це сукупність переконань і цінностей, які визначають принципи роботи компанії та впливають на її бізнес-процеси і поведінку співробітників. Складові корпоративної культури охоплюють фізичне середовище організації, практики управління персоналом та трудові звички працівників. Вона проявляється у різних структурних, функціональних і особистісних аспектах, таких як ієрархія, процеси, інноваційність, співпраця і конкуренція. Робоча атмосфера, взаємовідносини між співробітниками, строгість чи гнучкість внутрішніх правил, способи комунікації, пріоритети та рівень напруженості в організації – все це є частиною корпоративної культури.

Соціальні комунікації є основним механізмом, що сприяє формуванню та підтримці корпоративної культури, адже саме через комунікацію здійснюється передача організаційних цінностей, норм і переконань. Ефективні соціальні комунікації створюють основу для внутрішньої згуртованості та сприяють побудові спільного розуміння місії й цілей компанії серед співробітників, що є важливим фактором для досягнення стратегічних результатів. Успішна комунікація допомагає працівникам усвідомити свій внесок у загальний розвиток організації, сприяючи їхньому залученню та підвищуючи відданість корпоративним принципам.

Зміцнення внутрішніх комунікацій також стимулює розвиток довіри з-поміж співробітників, що зменшує рівень міжособистісних конфліктів і сприяє підвищенню соціальної згуртованості. Завдяки цьому створюється відкритий простір для обміну ідеями та спільного вирішення проблем, що є важливою передумовою для формування продуктивного робочого середовища. Підтримка позитивного емоційного клімату через регулярний зворотний зв'язок, визнання досягнень та обмін інформацією знижує рівень стресу в колективі, покращує загальне задоволення роботою і сприяє зниженню кадрової плинності, що, своєю чергою, позитивно впливає на організаційну стабільність.

Соціальні комунікації також відіграють важливу роль у процесі адаптації нових співробітників, забезпечуючи їхнє швидке включення в корпоративну культуру. Чітке інформування новачків про місію, цінності та очікувані поведінкові норми компанії полегшує їхню інтеграцію, що зменшує час адаптації та підвищує їхню готовність до продуктивної діяльності в команді. Крім того, відкритість комунікаційного середовища стимулює креативність і сприяє створенню інновацій, оскільки співробітники почуваються вільними у вираженні своїх ідей та пропозицій. Це стає особливо важливим у сучасних умовах, де інновації є ключовим чинником конкурентоспроможності та динамічності організації.

Забезпечення прозорості та систематичного інформування працівників щодо стратегічних рішень і змін у компанії дозволяє уникати непорозумінь, знижує рівень тривожності та сприяє підвищенню довіри до керівництва. Це формує стабільну комунікаційну культуру, яка зменшує конфліктність і сприяє розвитку взаємоповаги в колективі. Таким чином, соціальні комунікації стають інструментом стратегічного управління корпоративною культурою, створюючи

єдиний комунікаційний простір, що сприяє підвищенню ефективності командної роботи, мотивації співробітників та їхньої лояльності до організації.

Соціальні комунікації сприяють налагодженню обміну цінностями, нормами та правилами поведінки, які об'єднують працівників навколо спільних цілей і стимулюють досягнення стратегічних результатів. Ефективна комунікаційна політика допомагає знизити рівень конфліктів, підвищити лояльність персоналу та створити сприятливий емоційний клімат, що позитивно впливає на стабільність і конкурентоспроможність організації.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні методів інтеграції соціальних комунікацій в управління корпоративною культурою з урахуванням цифрових технологій та особливостей віддаленої роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амеліна С., Кубіцький С. Корпоративна культура у системі управління персоналом. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. 2020. № 7.

2. Казак К., Краснокутська Н. Компаративний аналіз сучасних каналів комунікації для організації. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. Серія: *Актуальні проблеми розвитку українського суспільства*, 2019. № 1. С. 103–107.

3. Красняк О., Амонс С. Соціальні комунікації: особливості їх запровадження в період війни. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48.

4. Ровенська В., Смирнова І., Латишева О. Роль комунікацій в формуванні креативного середовища для успішної реалізації проєктів в контексті «performance management». *Економіка та суспільство*, 2023. № 49.

REFERENCE

1. Amelina S., Kubitskyi S. Korporatyvna kultura u systemi upravlinnia personalom. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka»*. Serii: «*Ekonomichni nauky*». 2020. № 7.

2. Kazak K., Krasnokutska N. Komparatyvnyi analiz suchasnykh kanaliv komunikatsii dlia orhanizatsii. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «KhPI»*. Serii: *Aktualni problemy rozvytku ukrainskoho suspilstva*. 2019. № 1. S. 103–107.

3. Krasniak O., Amons S. Sotsialni komunikatsii: osoblyvosti yikh zaprovadzhennia v period viiny. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2023. № 48.

4. Rovenska V., Smyrnova I., Latysheva O. Rol komunikatsii v formuvanni kreatyvnoho seredovyscha dlia uspishnoi realizatsii proiektiv v konteksti «performance management». *Ekonomika ta suspilstvo*. 2023. № 49.