

УДК 005.35:005.963:659.4:005.21

М. В. Вінчук,

к. е. н., доцент, професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,

Львівський державний університет внутрішніх справ

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6588-1254>

О. В. Нагірна,

к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,

Львівський державний університет внутрішніх справ

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2369-7117>

DOI: 10.32702/2306-6792.2025.18.68

PR-МЕНЕДЖМЕНТ І ТРЕНІНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОФІС-МЕНЕДЖМЕНТУ

M. Vinichuk,

PhD in Economics, Associate Professor,

Professor of the Department of Management and Economic Security, Lviv State University of Internal Affairs

O. Nahirna,

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Management and Economic Security, Lviv State University of Internal Affairs

PR MANAGEMENT AND TRAINING TECHNOLOGIES AS TOOLS FOR SHAPING CORPORATE CULTURE AND ENHANCING OFFICE MANAGEMENT EFFICIENCY

У статті розглядаються концептуальні та практичні аспекти використання PR-менеджменту і тренінгових технологій як ефективних інструментів формування корпоративної культури та підвищення результативності офіс-менеджменту. Підкреслюється, що в умовах глобалізації, цифровізації та високої конкуренції саме корпоративна культура стає одним із ключових чинників розвитку організації, забезпечення її стійкості й здатності до інновацій. PR-менеджмент у даному контексті розглядається не лише як засіб зовнішньої комунікації, але й як механізм побудови внутрішнього інформаційного простору, що сприяє прозорості, довірі та відкритому діалогу між усіма учасниками корпоративних відносин.

Окрему увагу приділено ролі тренінгових технологій, які виступають важливим елементом розвитку людського капіталу. Вони спрямовані на вдосконалення професійних компетентностей, розвиток лідерських якостей, комунікаційних навичок і командної взаємодії. Тренінги не лише формують практичні навички, але й підвищують рівень мотивації та залученості персоналу, що безпосередньо впливає на продуктивність праці та якість управлінських процесів.

У дослідженні акцентується на тому, що саме синергічне поєднання PR-менеджменту, тренінгових практик та гнучких підходів до офіс-менеджменту створює нову модель корпоративного управління. Така модель дозволяє формувати сприятливий психологічний клімат, підтримувати баланс між особистими й професійними потребами працівників, стимулювати інноваційність і забезпечувати ефективне функціонування бізнес-процесів. Розглянуто досвід провідних міжнародних компаній, які інтегрують PR-інструменти, навчальні програми та сучасні методи організації робочого простору для підвищення ефективності командної роботи й укріплення корпоративних цінностей.

Зроблено висновок, що поєднання PR-менеджменту та тренінгових технологій є стратегічним ресурсом підвищення конкурентоспроможності організацій. Впровадження таких підходів сприяє не лише зміцненню корпоративної культури, а й розвитку людського потенціалу, що є визначальним чинником довгострокового успіху в умовах сучасних глобальних трансформацій.

The article examines both conceptual and practical aspects of using PR management and training technologies as effective tools for shaping corporate culture and enhancing office management efficiency. It is emphasized that, in the context of globalization, digitalization, and high competition, corporate culture becomes one of the key factors in organizational development, ensuring sustainability and the capacity for innovation. In this context, PR management is considered not only as a means of external communication but also as a mechanism for building an internal information space that promotes transparency, trust, and open dialogue among all participants in corporate relations.

Special attention is given to the role of training technologies, which serve as an important element in human capital development. They aim to improve professional competencies, develop leadership qualities, communication skills, and team interaction. Training programs not only provide practical skills but also enhance employee motivation and engagement, which directly impacts productivity and the quality of management processes.

The study emphasizes that the synergistic combination of PR management, training practices, and flexible approaches to office management creates a new model of corporate governance. This model enables the formation of a favorable psychological climate, supports the balance between personal and professional needs of employees, stimulates innovation, and ensures the effective functioning of business processes. The experience of leading international companies that integrate PR tools, training programs, and modern workspace management methods to increase team efficiency and strengthen corporate values is also examined.

It is concluded that the integration of PR management and training technologies serves as a strategic resource for enhancing organizational competitiveness. The implementation of such approaches contributes not only to strengthening corporate culture but also to the development of human potential, which is a decisive factor for long-term success in the context of contemporary global transformations.

Ключові слова: PR-менеджмент, тренінгові технології, корпоративна культура, офіс-менеджмент, комунікації, особистісний та професійний розвиток, конкурентоспроможність.

Key words: PR management, training technologies, corporate culture, office management, communications, personal and professional development, competitiveness.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасних умовах глобалізації, цифрової трансформації та високої конкуренції ключовим ресурсом розвитку організацій стає не лише капітал чи технології, а й людський потенціал. Від рівня професійної компетентності, згуртованості та лояльності персоналу залежить ефективність управлінських процесів і конкурентоспроможність компанії. Саме тому зростає значення формування сильної корпоративної культури, яка поєднує цінності, норми та поведінкові моделі працівників у єдину систему.

Разом із тим, у практиці управління досі недостатньо комплексно розглядається взаємодія PR-менеджменту, тренінгових технологій та офіс-менеджменту. З одного боку, PR забезпечує внутрішні комунікації та трансляцію корпоративних цінностей; з іншого — тренінги сприяють розвитку особистісних і професійних компетенцій, формуванню командної взаємодії; водночас офіс-менеджмент створює організаційно-комунікаційне середовище, в якому реалізуються ці процеси.

Наявна проблема полягає в тому, що у вітчизняній та міжнародній науковій літературі недостатньо опрацьованим є системний підхід до інтеграції PR-менеджменту та тренінгових практик у діяльність офіс-менеджменту з метою посилення корпоративної культури й підвищення ефективності управління. Це зумовлює потребу у науковому обґрунтуванні механізмів їхньої взаємодії, визначенні оптимальних інструментів та практичних рекомендацій щодо їх застосування.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання розробки навчально-методичних матеріалів з офіс-менеджменту, включаючи тренінгові вправи та ситуаційні завдання для розвитку практичних навичок управління офісом висвітлені у праці В. Бліхара, М. Вересклі та Н. Михаліцької [1]. С. Кускова досліджувала методи управління сучасним офісом, організацію корпоративних заходів та взаємодію офіс-менеджера з персоналом [3]. А. Зеркаль розглядає питання формування корпоративної

культури та комерційної свідомості персоналу підприємства, використання компетентнісного підходу до розвитку персоналу [2].

У науковій літературі питання взаємозв'язку PR-менеджменту та тренінгових технологій із формуванням корпоративної культури та підвищенням ефективності офіс-менеджменту висвітлене недостатньо. Більшість досліджень розглядають ці складові окремо — PR-менеджмент у контексті зовнішніх і внутрішніх комунікацій, тренінги як інструмент розвитку персоналу, а корпоративну культуру переважно як соціально-психологічний феномен організації. Водночас комплексний підхід, який би інтегрував PR-технології, навчально-тренінгові практики та сучасні моделі офіс-менеджменту у цілісну систему управління, поки що майже не розроблений. Це свідчить про наявність наукової прогалини та актуальність подальших досліджень у напрямі створення синергійних моделей, що здатні забезпечити ефективність організаційних процесів і сприяти сталому розвитку корпоративної культури в умовах глобальних трансформацій.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є обґрунтування ролі PR-менеджменту та тренінгових технологій у формуванні корпоративної культури й визначення їхнього впливу на підвищення ефективності офіс-менеджменту, а також розроблення рекомендацій щодо інтеграції цих інструментів у сучасну систему управління організацією.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

PR-менеджмент у сучасних організаціях виступає не лише засобом зовнішніх комунікацій, а й стратегічним інструментом внутрішньої взаємодії. Його завданням є трансляція корпоративних цінностей, місії та бачення компанії, що безпосередньо впливає на рівень згуртованості колективу, мотивацію працівників та їхню ідентифікацію з організацією.

У науковій літературі корпоративну культуру іноді поділяють на "позитивну" та "негативну":

— "позитивна" корпоративна культура стимулює саморозвиток і автономну діяльність працівників. Співробітники відчують особистий професійний прогрес, що мотивує їх до досягнення нових результатів і водночас сприяє підвищенню ефективності роботи організації.

— "негативна" корпоративна культура гальмує розвиток компанії та її функціонування,

оскільки керівництво розглядає персонал лише як робочу силу для отримання прибутку, не надаючи можливостей для професійного росту та кар'єрного просування [5].

Формування корпоративної культури за допомогою PR-менеджменту передбачає: створення єдиного інформаційного простору; забезпечення двостороннього діалогу між керівництвом і персоналом; формування внутрішньої ідентичності бренду; підтримку соціально-психологічного клімату в колективі.

Інструментами PR-менеджменту для передачі корпоративних цінностей є:

— корпоративні медіа: внутрішні газети, журнали, інформаційні бюлетені;

— цифрові платформи: інтранет, корпоративні чати, соціальні мережі для внутрішньої комунікації;

— івент-PR: святкування ювілеїв, професійних свят, днів народжень співробітників, тимбілдинги, культурні заходи;

— амбасадорські програми: залучення лідерів думок усередині колективу для поширення корпоративних цінностей;

— зворотний зв'язок: регулярні опитування, анкетування, town-hall зустрічі з керівництвом.

— навчальні та тренінгові програми: семінари з корпоративної культури, тренінги з розвитку soft skills у контексті цінностей компанії.

Використання зазначених інструментів дозволяє: забезпечити прозору й послідовну комунікацію між усіма рівнями управління; підвищити рівень довіри та залученості персоналу; сформувати відчуття приналежності до єдиної команди; інтегрувати корпоративні цінності у щоденну діяльність співробітників. Таким чином, PR-менеджмент у внутрішніх комунікаціях стає одним із ключових чинників формування корпоративної культури, адже забезпечує не лише передачу інформації, а й створення соціально-психологічного середовища, що сприяє стійкому розвитку компанії.

В умовах динамічного розвитку суспільства та швидкого оновлення знань особливого значення набувають форми навчання, що поєднують отримання нової інформації з можливістю її негайного практичного застосування. Саме тому все більшої актуальності набувають тренінгові технології як ефективний інструмент розвитку професійних, особистісних і соціальних компетенцій. Тренінг можна визначити як організовану форму групової роботи, яка має чітко окреслену структуру, конкретні цілі та застосовує спеціальні методики. Його головним завданням є формування або вдосконален-

ня навичок, що можуть бути використані в реальній професійній чи життєвій ситуації. У науковій та практичній літературі тренінг часто розглядають як аналог "практичного заняття", "інтенсиву" чи "навчальної сесії". На відміну від традиційних лекційних чи навчальних форм, де основний акцент робиться на передачі знань від викладача до слухача, тренінг орієнтований на інтерактивність, групову взаємодію та рефлексивний аналіз отриманого досвіду [6].

Тренінгові технології є одним із ключових інструментів розвитку людського потенціалу в організації, оскільки забезпечують систематичне підвищення професійних і особистісних компетенцій співробітників. Вони сприяють формуванню навичок, необхідних для виконання робочих завдань, розвитку лідерських та комунікативних компетенцій, а також підтримують адаптацію працівників до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі компанії.

Впровадження тренінгових програм дозволяє: підвищити рівень кваліфікації персоналу та його професійну ефективність; стимулювати мотивацію та залученість співробітників у процеси організації; сприяти формуванню корпоративної культури через інтеграцію цінностей і стандартів компанії в навчальні програми; забезпечити безперервний розвиток кадрів та підтримку стратегії організації щодо підвищення конкурентоспроможності. Таким чином, тренінгові технології виступають стратегічним інструментом управління персоналом, який поєднує розвиток професійних компетенцій з формуванням корпоративних цінностей і поведінкових моделей.

У тренінговій практиці застосовуються як традиційні методи активного навчання, так і спеціалізовані психологічні техніки. Вибір конкретного інструментарію визначається змістом заняття, віковими особливостями учасників та поставленими завданнями. Серед найбільш поширених методів тренінгової роботи можна виокремити: групові дискусії та колективні обговорення; мозковий штурм (brainstorming); рольові ігри та відтворення ситуацій; вправи, спрямовані на самоспостереження й рефлексію; кейс-метод (аналіз реальних життєвих або професійних випадків); психодраматичні прийоми (імітація конфліктних обставин); техніки арт-терапії (малювання, створення колажів, творче письмо). Типологія тренінгів, як правило, ґрунтується на їх тематичному спрямуванні, серед яких найбільш поширеними є: психологічні (особистісний розвиток, подолання стресових станів); комунікативні (ораторська майстерність, розвиток переконливості);

професійні (для менеджерів, педагогів, продавців тощо); лідерські тренінги; тренінги для підліткової аудиторії; сімейні тренінги [6].

Тренінги для особистісного та професійного розвитку спрямовані на підвищення як технічних, так і соціально-психологічних компетенцій співробітників. Їхній вплив проявляється у кількох ключових аспектах:

1. Професійне зростання:

- освоєння нових навичок і знань, необхідних для виконання посадових обов'язків;

- підвищення продуктивності та якості виконуваної роботи;

- формування навичок управління проектами, тайм-менеджменту, аналітичного мислення.

2. Особистісний розвиток:

- розвиток комунікативних, лідерських і командних навичок;

- зростання емоційного інтелекту, стресостійкості та саморегуляції;

- підвищення впевненості у власних силах і професійної самостійності.

3. Мотивація та залученість:

- підвищення внутрішньої мотивації через відчуття особистого росту;

- залучення у процеси організації, активна участь у командних проєктах;

- позитивний вплив на лояльність до компанії та зниження плинності кадрів.

4. Інтеграція корпоративних цінностей:

- усвідомлення корпоративної місії та цінностей через навчальні програми;

- формування поведінкових моделей, які відповідають стандартам організації.

Тренінги для особистісного та професійного розвитку не лише підвищують кваліфікацію працівників, а й формують їхню мотивацію, залученість та відчуття приналежності до корпоративної культури, що безпосередньо впливає на ефективність діяльності організації.

Офіс-менеджмент є одним із ключових напрямів управлінської діяльності, від якого значною мірою залежить ефективність функціонування бізнесу. Його завдання полягають у створенні оптимальних матеріально-технічних, санітарно-гігієнічних та соціально-психологічних умов для продуктивної роботи управлінського апарату. Важливим аспектом виступає забезпечення підприємства інформаційно-документаційними ресурсами, що сприяє злагодженій роботі всіх підрозділів. До сфери офіс-менеджменту також належать планування, організація, координація, мотивація, розвиток і контроль діяльності допоміжних служб (секретаріату, кур'єрської, адміністративно-госпо-

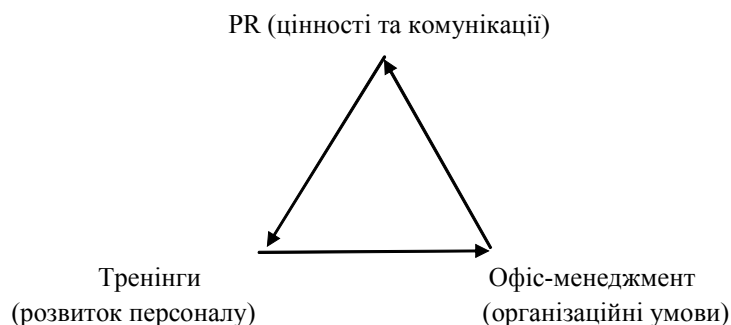


Рис. 1. Модель трикутника ефективності розвитку корпоративної культури та функціонування організації

Джерело: складено авторами.

дарської тощо), які забезпечують належний рівень внутрішньої комунікації та управлінської ефективності [4].

Офіс-менеджмент виступає не лише системою організації адміністративних процесів, а й важливим середовищем формування та реалізації корпоративної культури. Саме через управління офісним простором, організацію комунікаційних каналів, координацію ділової документації та підтримання внутрішнього клімату забезпечується відображення цінностей і стандартів компанії у повсякденній діяльності персоналу. Ефективний офіс-менеджмент створює сприятливі умови для налагодження взаємодії між працівниками, підвищення рівня корпоративної згуртованості та розвитку позитивного іміджу організації. Таким чином, він є ключовим інструментом інтеграції корпоративних цінностей у практичну діяльність підприємства.

Синергія PR, тренінгів та офіс-менеджменту полягає у взаємному підсиленні їхнього впливу на формування та розвиток корпоративної культури. PR-менеджмент виступає основою формування корпоративних цінностей і забезпечення ефективної внутрішньої та зовнішньої комунікації. Він передає місію, бачення та стратегію компанії, створюючи спільний інформаційний простір для працівників і партнерів. Тренінгові технології сприяють розвитку професійних і особистісних компетенцій співробітників, підвищують їхню залученість, мотивованість і готовність до командної взаємодії. Вони виконують роль інструмента безперервного вдосконалення персоналу. Офіс-менеджмент забезпечує організаційні, матеріально-технічні та психологічні умови, необхідні для ефективної роботи колективу. Саме через управління внутрішнім середовищем офісу відбувається реалізація корпоративної культури на практиці.

У поєднанні ці три складові формують цілісну модель управління, яка забезпечує

стійкий розвиток підприємства, підвищує його конкурентоспроможність і сприяє гармонізації взаємин усередині організації (рис. 1). У трикутнику ці елементи перебувають у взаємозалежності: PR формує цінності, тренінги розвивають персонал, а офіс-менеджмент створює умови для їхнього втілення. Така інтеграція дозволяє досягати високого рівня внутрішньої комунікаційної ефективності та стійкого розвитку організації.

Міжнародна корпорація Microsoft у своїй діяльності ефективно інтегрує PR-комунікації, систему тренінгів та гнучкі підходи до офісного менеджменту.

У 2024 році Microsoft представила онлайн-тренінг Internal Communications Strategies with M365: How to Maximize SharePoint, Teams, Viva & Copilot, який навчає організації ефективно використовувати внутрішні платформи (SharePoint, Teams, Viva, Copilot) для покращення комунікації, залученості та продуктивності в цифровому робочому середовищі. Такий тренінг — це приклад, де PR-комунікації, технології й навчання поєднані в одному форматі [9].

У блозі компанії описано, як Microsoft прагне надати максимальну гнучкість у виборі місця, часу та умов роботи:

— робоче місце (простір, у якому виконується робота — офіс, центр, дім чи мобільний формат): компанія усвідомлює, що для певних категорій працівників обов'язкова фізична присутність є необхідною, тоді як інші посади краще реалізуються дистанційно. Для більшості ролей стандартом вважається часткова робота з дому (до 50% часу) за умов попереднього погодження з керівником та командою;

— робочий час (період виконання обов'язків — початок і завершення робочого дня, повний чи неповний день): гнучкий графік сьогодні є типовим для більшості посад. Хоча мож-

ливість неповної зайнятості потребує схвалення керівництва, рекомендації компанії передбачають відкритий діалог між працівником і менеджером щодо оптимальних умов роботи;

— локація роботи (географічне місце — місто чи країна): передбачено орієнтири для обговорення між керівником і співробітником, які враховують вимоги конкретної посади, питання оподаткування, рівень оплати праці та супутні витрати [7].

Такий підхід формалізований на сайті Microsoft Careers, де вказано, що гнучкість компанії розглядає не як додаткову перевагу, а як ключовий елемент, що дозволяє максимально реалізувати потенціал кожного співробітника. Вона є невід'ємною частиною моделі гібридної роботи, яка дає можливість виконувати завдання у найбільш ефективний спосіб. Гібридний формат поєднує різні стилі праці — у різних просторах, локаціях та з варіативним графіком. Такий підхід спрямований на врахування багатоманітних потреб міжнародної команди та забезпечує створення індивідуального робочого досвіду, оптимального як для окремого працівника, так і для його команди [8].

Корпорація Microsoft застосовує комплексну систему комунікацій, що забезпечує обмін інформацією в реальному часі між працівниками, керівництвом і зацікавленими сторонами з метою ефективного досягнення стратегічних завдань. Усередині компанії активно підтримується співпраця та залученість персоналу: співробітники мають доступ до даних і можуть швидко надавати зворотний зв'язок менеджменту, що формує орієнтований на працівника стиль управління. Для цього Microsoft використовує корпоративні соціальні мережі, які інтегрують усіх працівників у єдиний простір обміну ідеями та інформацією. Одним із ключових інструментів виступає Yammer, який створює атмосферу спільноти та сприяє дискусіям із важливих питань між керівництвом і працівниками (Hougaard et al., 2019). Додатково корпорація впроваджує щоденні pulse-опитування, що відображають ставлення співробітників до діяльності та корпоративної культури, а також організовує щомісячні онлайн-зустрічі в прямому ефірі, які об'єднують глобальну аудиторію для обговорення ключових пріоритетів і результатів компанії [10].

ВИСНОВКИ

У ході дослідження встановлено, що інтеграція інструментів PR-менеджменту та тренінгових технологій виступає важливим чинником у процесі формування сучасної корпоративної культури та

забезпечення ефективності офіс-менеджменту. PR-комунікації сприяють створенню позитивного іміджу організації, налагодженню прозорого інформаційного середовища та розвитку довіри між працівниками і керівництвом. Тренінгові програми, у свою чергу, забезпечують безперервний професійний та особистісний розвиток персоналу, підвищують рівень його залученості й відповідальності за результати спільної діяльності.

Важливим результатом взаємодії зазначених інструментів є підсилення синергійного ефекту, коли корпоративна культура не лише формує сприятливий психологічний клімат у колективі, а й виступає потужним ресурсом зростання продуктивності, інноваційності та конкурентоспроможності організації. Поєднання PR-менеджменту, тренінгових практик і гнучкого офіс-менеджменту створює цілісну систему управління, орієнтовану на потреби працівників та стратегічні завдання бізнесу.

Отже, застосування PR-технологій у комплексі з тренінговими підходами є ефективним механізмом оптимізації офісних процесів, розвитку людського капіталу й зміцнення корпоративних цінностей, що в перспективі забезпечує стабільність та результативність функціонування організації.

Література:

1. Бліхар В'ячеслав, Верескля Мар'яна, Михаліцька Наталія. Офіс-менеджмент: навчально-методичний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 348 с.
2. Зеркаль А. В. Корпоративна культура та комерційна свідомість персоналу — інноваційні напрями розвитку підприємств: монографія. Tallinn: Teadmus OU, 2022, 346 с.
3. Кускова С. В. Офіс-менеджмент: навч.-метод. посібник для студ. першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ден. та заоч. форм навч. спец.: 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 072 Фінанси, банківська справа та страхування, 073 Менеджмент, 075 Маркетинг, 281 Публічне управління і адміністрування; Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка. Харків: Стильна типографія, 2020. 312 с.
4. Матвєєва Ю. Т., Майборода Т. М., Кириченко К. І. Офіс-менеджмент: підручник. Суми: Сумський державний університет, 2021. 400 с.
5. Смольницька А. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту компанії. Сектори економіки в процесі реалізації державної регіональної політики: Дванадцяті регіональні та муніципальні читання: зб. матеріалів доп. міжнар. наук.-практ. конф. Тернопіль: СМП "Тайп", 2017. Ч. II. С. 153—155.

6. Що таке тренінг: суть, особливості та приклади застосування. URL: <https://cefakt.com.ua/shho-take-trening/>.

7. Embracing a flexible workplace. URL: <https://blogs.microsoft.com/blog/2020/10/09/embracing-a-flexible-workplace/>.

8. Flexible Work. URL: <https://careers.microsoft.com/v2/global/en/flexible-work?>

9. Microsoft 365 Internal Communications Strategy Training Course: How to Maximize SharePoint, Teams, Viva & Copilot (ONLINE EVENT: September 5—19, 2024 and On-Demand). URL: <https://www.globenewswire.com/fr/news-release/2024/07/25/2918718/0/en/Microsoft-365-Internal-Communications-Strategy-Training-Course-How-to-Maximize-SharePoint-Teams-Viva-Copilot-ONLINE-EVENT-September-5-19-2024-and-On-Demand.html?>

10. New internal communication plan at Microsoft Corporation. URL: <https://studybounty.com/new-internal-communication-plan-at-microsoft-corporation-assignment?>

References:

1. Blikhar, V., Veresklyia, M., and Mykhalitska, N. (2021), *Ofis-menedzhment: navchalno-metodychnyi posibnyk* [Office management: A teaching manual], Lviv State University of Internal Affairs, Lviv, Ukraine.

2. Zerkal, A. V. (2022), *Korporativna kultura ta komertsiina svdomist personalu — innovatsiini napriamy rozvytku pidpriemstv: Monohrafiia* [Corporate culture and commercial consciousness of staff — innovative directions of enterprise development: Monograph], Teadmus OU, Tallinn.

3. Kuskova, S. V. (2020), *Ofis-menedzhment: navchalno-metodychnyi posibnyk dlia studentiv pershoho (bakalavrskoho) rivnia vyshchoi osvity dennoi ta zaochnoi form navchannia spets.: 051 Ekonomika, 071 Oblik i opodatkuvannia, 072 Finansy, bankivska sprava ta strakhuvannia, 073 Menedzhment, 075 Marketynh, 281 Publichne upravlinnia i administruvannia* [Office management: A teaching manual for bachelor students], Styl'na Tipohrafiia, Kharkiv, Ukraine.

4. Matvieieva, Yu. T., Maiboroda, T. M., and Kyrychenko, K. I. (2021), *Ofis-menedzhment: pidruchnyk* [Office management: Textbook], Sumy State University, Sumy, Ukraine.

5. Smolnytska, A. (2017), "Corporate culture as a tool of effective company management", *Sektory ekonomiky v protsesi realizatsii derzhavnoi rehionalnoi polityky: Dvanadtsiati rehionalni ta munitsypalni chytannia: zbirnyk materialiv dopovidei mizhnarodnoi nauko-vo-praktychnoi konferentsii* [Sectors of the Economy in the

Process of Implementing State Regional Policy: The Twelfth Regional and Municipal Readings: Collection of Materials of the International Scientific and Practical Conference], Ternopil, Ukraine, SMP "Taip", vol. II, pp. 153—155.

6. Informational Website CEFAKT (2025) "What is training: Essence, features and examples of application", available at: <https://cefakt.com.ua/shho-take-trening/> (Accessed 28 August 2025).

7. Microsoft (2020), "Embracing a flexible workplace", available at: <https://blogs.microsoft.com/blog/2020/10/09/embracing-a-flexible-workplace/> (Accessed 28 August 2025).

8. Microsoft (2025), "Flexible work", available at: <https://careers.microsoft.com/v2/global/en/flexible-work> (Accessed 28 August 2025).

9. Research and Markets (2024), "Microsoft 365 internal communications strategy training course: How to maximize SharePoint, Teams, Viva & Copilot (Online event: September 5-19, 2024 and on-demand)", available at: <https://www.globenewswire.com/fr/news-release/2024/07/25/2918718/0/en/Microsoft-365-Internal-Communications-Strategy-Training-Course-How-to-Maximize-SharePoint-Teams-Viva-Copilot-ONLINE-EVENT-September-5-19-2024-and-On-Demand.htm> (Accessed 28 August 2025).

10. StudyBounty (2022), "New internal communication plan at Microsoft Corporation", available at: <https://studybounty.com/new-internal-communication-plan-at-microsoft-corporation-assignment> (Accessed 28 August 2025).

Стаття надійшла до редакції 02.09.2025 р.

<https://nayka.com.ua>

Електронне фахове видання

**Ефективна
ЕКОНОМІКА**

Виходить 12 разів на рік

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)

Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292

e-mail: economy_2008@ukr.net

 viber: +38 050 3820663