

Вадим БЛОНАРОВИЧ

здобувач освітньо-професійної програми
«Менеджмент», ЗУНУ

Науковий керівник – д. е. н., професор кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ЗУНУ Руслан АВГУСТИН

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЇ

Корпоративна культура є фундаментальним елементом, що визначає успіх організації. Вона охоплює сукупність спільних цінностей, переконань, норм та поведінкових моделей, які формують унікальну ідентичність компанії та впливають на її внутрішні процеси та зовнішні взаємодії. У сучасному економічному середовищі розвиток міцної корпоративної культури дедалі частіше розглядається як необхідна умова для сталого зростання організацій. Особливо це актуально для таких галузей, як логістика, де конкурентоспроможність компанії залежить від якості обслуговування, ефективності внутрішніх процесів та мотивації персоналу.

Розробка стратегії корпоративної культури будь-якого підприємства ґрунтується на організаційних теоріях, таких як теорія соціальної ідентичності, культурних вимірів та зацікавлених сторін. Ці теоретичні основи дозволяють компанії створювати робоче середовище, яке сприяє мотивації, продуктивності та відданості працівників. Наприклад, теорія соціальної ідентичності стверджує, що відчуття приналежності працівників до організації значно впливає на їхню залученість та ефективність. Теорія культурних вимірів допомагає зрозуміти, як національні та корпоративні цінності можуть бути інтегровані для створення інклюзивного середовища. Теорія зацікавлених сторін, своєю чергою, підкреслює важливість врахування інтересів усіх учасників бізнес-процесів — працівників, клієнтів, партнерів та громади.

Стратегія корпоративної культури є важливим інструментом для досягнення економічних та соціальних цілей. Першим кроком у

цьому напрямку є глибокий аналіз наявного культурного середовища та його відповідність місії компанії. Основними заходами стають оцінка корпоративних цінностей, збір зворотного зв'язку від працівників і порівняння внутрішніх практик з галузевими стандартами. Це дозволяє компанії адаптувати свою діяльність до ринкових реалій і забезпечити конкурентоспроможність.

Саме тому важливим аспектом є використання сучасних цифрових інструментів для підтримки корпоративної культури. Зокрема, платформи наявні та/чи виготовлені під замовлення підприємства можуть забезпечити прозорий обмін інформацією між працівниками, моніторинг їхнього добробуту та аналіз результатів навчання. Завдяки впровадженню таких технологій компанія може ефективно відстежувати культурний прогрес і коригувати стратегію відповідно до потреб співробітників [1, с. 142].

Ефективна корпоративна культура сприяє підвищенню економічних показників організації через кілька ключових механізмів. По-перше, вона забезпечує високу залученість та мотивацію працівників, що веде до збільшення продуктивності та зниження плинності кадрів. По-друге, позитивна культура підвищує лояльність клієнтів та зміцнює репутацію бренду, що сприяє зростанню ринкової частки та доходів. По-третє, інвестори надають перевагу компаніям з чітко визначеними цінностями та стабільним внутрішнім середовищем, що полегшує залучення капіталу для подальшого розвитку.

Окрім негайних фінансових вигод, таких як зниження витрат на навчання нових працівників чи зменшення плинності кадрів, корпоративна культура має довгостроковий вплив. Вона сприяє формуванню лояльності до бренду, підвищенню соціальної відповідальності та привабливості компанії для інвесторів і створенню стабільного робочого середовища. Залученість працівників, задоволеність клієнтів і вдосконалення внутрішніх процесів у підсумку призводять до підвищення економічних

показників організації.

Реалізуючи структуровану стратегію корпоративної культури, організація очікує підвищення ефективності та якості обслуговування. Завдяки цілеспрямованому використанню цифрових інструментів, інтеграції національних економічних пріоритетів і посиленню командного духу компанія формує стійку основу для довгострокового зростання. Економічні прогнози показують, що такі ініціативи підвищують конкурентоспроможність компанії, роблячи її більш привабливою як для клієнтів, так і для інвесторів [2, с. 175].

Таким чином, аналіз корпоративної культури та її цілеспрямоване вдосконалення є необхідним інструментом підвищення економічних показників організації. Для підприємства це не лише можливість оптимізувати операційну діяльність, але й забезпечити стійкий розвиток у динамічному економічному середовищі.

Список використаних джерел

1. Андронік О. А., Воронін А.В. Можливості та загрози електронної комерції в Україні. Економіка і організація управління. Донецький національний університет. Вінниця, 2021. № 4 (44). С. 118-130.
2. Августин, Р. Теоретико-методичні засади управління соціальною відповідальністю суб'єкта сфери споживчих послуг. Development Service Industry Management. 2024. №1. С. 173–177. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(25\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(25)) (Дата звернення: 30.10.2024).