

Проте, на нашу думку, доцільно визначати різні види конкурентної поведінки суб'єктів господарювання залежно від їх фінансових і ресурсних можливостей, а також ринкової ситуації. В кожному конкретному випадку необхідно обґрунтовувати та обирати нові інноваційні маркетингові інструменти, які будуть впроваджені та забезпечуватимуть досягнення поставлених цілей і завдань маркетингової політики та стратегії підприємства.

Отже, будь-яке підприємство з диверсифікованими можливостями може прийняти для себе певний варіант конкуренції – від найменш конкурентного до найбільш конкурентного ринку та досягти успіху, але лише на основі ретельного планування та ефективного впровадження положень та завдань відповідної стратегії. Реалізація конкурентних стратегій дозволяє підприємствам забезпечувати високі конкурентні переваги, формувати та впроваджувати інноваційні підходи для підвищення своєї конкурентоспроможності або продукції (послуги), з одного боку, та накопичувати підприємницький капітал, збільшувати ресурсні можливості – з іншого.

Використані джерела

1. Ареф'єва О., Пілецька С., Лістрова М. Формування конкурентної стратегії підприємства в системі антикризового управління. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1721>
2. Panchenko V., Biletska I., Basii N., Kohut M., Vasylytsiv T., Mulska O. Competitiveness vs business financial resource opportunities: innovation marketing strategies. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. 2024. Vol. 2 (55). P. 502-518.
- 3.

Блонарович Вадим

Західноукраїнський національний університет

(науковий керівник – д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу, ЗУНУ Августин Р.Р.)

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Корпоративна культура є унікальною системою цінностей, норм і традицій, яка визначає стиль роботи в організації. Вона формує атмосферу, в якій співробітники взаємодіють один з одним і з зовнішнім середовищем. Зрозуміти, чому важливо формувати і розвивати корпоративну культуру, можна, проаналізувавши її вплив на загальний успіх компанії. Сильна корпоративна культура здатна стимулювати мотивацію працівників, сприяти їхньому залученню до процесів, покращувати командну роботу та підвищувати продуктивність [1].

Корпоративна культура також формує спосіб, яким організація спілкується з зовнішніми партнерами, включаючи постачальників, клієнтів і акціонерів. Вона впливає на репутацію компанії на ринку, а це, у свою чергу, може призводити до зміцнення довіри та лояльності з боку клієнтів. Коли зовнішні партнери бачать, що працівники діють відповідно до цінностей і норм організації, це зміцнює їх впевненість у співпраці. Прозорість і етика в комунікації можуть стати важливими факторами, які сприяють розвитку довгострокових відносин, що в результаті веде до стабільності та зростання бізнесу [2, с. 85].

Важливим аспектом корпоративної культури є її вплив на інноваційність організації. Коли компанія підтримує атмосферу, де працівники відчують себе вільними висловлювати свої ідеї та пропозиції, це стимулює творчість та інновації. Така відкритість до нових ідей веде до розвитку нових продуктів і послуг, які можуть стати ключовими конкурентними перевагами. Керівництво, яке активно підтримує інновації, здатне адаптуватися до змін і швидше реагувати на виклики ринку.

Підприємства з позитивною культурою здатні залучати та утримувати таланти. Коли працівники відчують себе частиною команди, вони більше прагнуть вносити інновації та шукати шляхи для підвищення ефективності. Це не лише підвищує продуктивність, а й безпосередньо впливає на прибутки компанії. Висока задоволеність працівників веде до менших витрат на рекрутинг і навчання нових кадрів, оскільки лояльні співробітники залишаються в компанії довше. Корпоративна культура також визначає стиль комунікації в організації та стиль трудового життя. Вона допомагає встановлювати відкриті канали зв'язку, що знижує ймовірність конфліктів та непорозумінь серед працівників. Усе це створює комфортне середовище, де кожен відчуває себе почутим і важливим. Важливо зазначити, що корпоративна культура не є статичною, а постійно розвивається в залежності від змін у середовищі, в якому працює компанія [3, с. 3].

Сучасний бізнес вимагає від організацій адаптивності, і тому вивчення корпоративної культури стає дедалі актуальнішим. Таким чином, компанії, які активно працюють над удосконаленням своїх культур, зазвичай мають переваги на ринку та краще справляються зі змінами. У часи невизначеності співробітники з більшою ймовірністю залишаються лояльними та підтримуватимуть один одного, якщо в компанії існує позитивна та підтримуюча культура. Таке середовище допомагає зменшити рівень стресу і підвищує психологічну стійкість команди, що є особливо важливим у складні часи.

Формування та розвиток корпоративної культури є основою для стабільного зростання підприємства. Це не лише питання іміджу, а й критичний фактор, що впливає на ефективність роботи і взаємодію всередині команди. Безумовно, питання корпоративної культури вимагає подальшого вивчення, оскільки зрозуміти її природу та механізми впливу — це ключ до успішного майбутнього кожної організації.

Не менш важливим є вплив корпоративної культури на соціальну відповідальність компанії. Організації, які розвивають цінності, пов'язані з екологічною стійкістю та соціальною відповідальністю, зазвичай стають більш привабливими для сучасних споживачів, які вимагають від брендів етичної поведінки. Ці компанії не лише підвищують свою репутацію, але й можуть отримати конкурентну перевагу, оскільки все більше споживачів готові підтримувати ті бренди, які враховують соціальні та екологічні аспекти. Вивчення корпоративної культури, отже, є не лише теоретичним, але й практичним завданням для організацій, які прагнуть досягти успіху в сучасному світі [4, с. 175].

Зважаючи на всі ці аспекти, стає очевидним, що корпоративна культура не лише визначає внутрішню атмосферу компанії, але й має прямий вплив на її ринкові позиції. Успішні організації усвідомлюють важливість інвестування у розвиток своєї корпоративної культури, оскільки це є запорукою їхньої стійкості та успіху в довгостроковій перспективі. Тому дослідження та аналіз корпоративної культури залишаються важливими для будь-якої компанії, яка прагне досягти великих висот у своїй діяльності.

Використані джерела

1. Русаловський А. Розвиток корпоративної культури підприємства. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/376.pdf>. (Дата звернення: 29.10.2024).
2. Воронкова В. Глобальне управління: посіб. Київ: «Знання», 2020. 420 с.
3. Замковий О. І. Корпоративна культура як фактор формування успішності українського ділового оточення на шляху до європейських стандартів. Економіка та суспільство: електрон. наук. фак. вид. 2022. Вип. 41. С. 114–121. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-62>. (Дата звернення: 29.10.2024).
4. 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).

Блятник Юрій, Горішний Дмитро, Костур Денис

Західноукраїнський національний університет

(науковий керівник: доктор філософії, доцент кафедри менеджменту,

публічного управління та персоналу ЗУНУ, Микитюк Ю.І.)

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Управління інноваційними процесами в будівельному комплексі регіону може бути охарактеризоване як системний підхід до координації взаємопов'язаного розвитку та