

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА УСПІШНІСТЬ PR СТРАТЕГІЙ

У сучасному світі, де конкуренція в бізнесі надзвичайно висока, створення та підтримка позитивного іміджу компанії стає критично важливим завданням для успішного розвитку. Одним із ключових аспектів впливу на імідж є корпоративна культура, яка визначає цінності, підходи до роботи та взаємодії в межах організації. У цьому науковому тексті розглянемо вплив корпоративної культури на успішність стратегій у сфері PR та методи побудови позитивного іміджу через внутрішню культуру організації.

Корпоративна культура визначає стиль та підходи до ведення бізнесу в межах компанії. Вона відображає цінності, традиції та норми, які впливають на стосунки між співробітниками, їхні взаємодії з клієнтами та громадськістю, а також загальний образ компанії в очах зовнішнього світу.

Ефективна корпоративна культура може стати ключовим чинником успіху у впровадженні PR стратегій. Позитивне ставлення співробітників до компанії, їхнє залучення до спільних цілей та цінностей може відбитися на сприйнятті компанії громадськістю. З іншого боку, негативна корпоративна культура, конфлікти та недовіра серед персоналу можуть негативно впливати на імідж компанії та ускладнювати впровадження PR стратегій [1].

Комунікація між керівництвом та співробітниками, відкритість до відгуків та ініціатив може створити позитивний внутрішній клімат, що відобразиться на ставленні до компанії ззовні. Забезпечення співробітників не лише матеріальними, але й психологічними та професійними потребами, може підвищити їхню відданість та мотивацію, що відобразиться на якості виконаної роботи та ставленні до компанії. Компанія, яка діє відповідно до високих моральних і етичних стандартів, отримує підтримку та довіру споживачів, що впливає на створення позитивного іміджу.

Лідери компанії відіграють ключову роль у формуванні корпоративної культури через свої дії, вчинки та комунікаційні практики. Їхнє відчуття відповідальності за створення сприятливого середовища для співробітників, сприяння командній роботі та розвитку відданості може значно вплинути на внутрішню культуру організації. Комунікаційні практики лідерів, які підкреслюють цінності компанії, сприяють відкритому діалогу та заохочують співробітників до активної участі, можуть стати основою позитивної корпоративної культури [2, с.56]. Таким чином, ефективне лідерство та комунікаційні практики виявляються невід'ємною складовою в побудові корпоративної

культури, що впливає на успішність PR стратегій та формування позитивного іміджу компанії.

Отже, корпоративна культура є важливим фактором у впровадженні PR стратегій та побудові позитивного іміджу компанії. Вона визначає цінності, традиції та стиль взаємодії в межах організації і впливає на ставлення співробітників до компанії, їхню відданість та мотивацію. Позитивна корпоративна культура сприяє побудові довіри, розвитку внутрішньої сплоченості та сприйняттю компанії громадськістю [3, с.148]. Ефективне лідерство, відкрита комунікація та підтримка співробітників стають ключовими елементами успішної корпоративної культури, яка підтримує PR стратегії та допомагає створити позитивний імідж компанії на ринку. Корпоративна культура відіграє ключову роль у впровадженні PR стратегій та формуванні позитивного іміджу компанії. Побудова внутрішньої культури, яка підтримує цінності, відкритість та довіру, може стати стратегічним інструментом в досягненні успіху та визнання на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зеркаль А.В. Особливості формування корпоративної культури у галузі машинобудування // Ефективна економіка. – 2012. – № 3. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1029>
2. Зеркаль А.В. Корпоративна культура та комерційна свідомість персоналу – інноваційні напрями розвитку підприємств : монографія. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022, 346 с.
3. Зеркаль А.В., Балабуха К.С. Вплив цифрового маркетингу на розвиток підприємств в умовах воєнного часу // Інтернаука. Серія: Економічні науки. – 2022. – №11 (67). – С.145-150. Режим доступу: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8431>