

сил, що дозволяє говорити про необхідність забезпечення якості життя працівників освітньої організації.

**Список використаних джерел:**

1. Копитко М. І., Михаліцька Н. Я., Верескля М. Р. Корпоративна культура як стратегічний напрям управління підприємством в умовах сучасних викликів. Вчені записки Університету «КРОК». 2021. №2 (62). URL: <http://surl.li/syxle>
2. Корнещук В. В. Корпоративна культура в закладах освіти. Педагогіка вищої та середньої школи. 2014. Вип. 41. С. 218-224. URL: <http://surl.li/syxlg>
3. Петрунько О. В. Організаційна культура університету як чинник його конкурентоздатності на ринку освітніх послуг. Вчені записки Університету «КРОК». 2022. №1 (65). С. 164-175. URL: <file:///C:/Users/lenovo/Downloads/koval-yana,+19.pdf>

**УДК 656.2.001.47**

**Толкачова Г.В.,**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри публічного управління та цифрової економіки,*

**Зубенко Л.О.,**

*здобувач вищої освіти,  
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку*

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ  
КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ЕЛЕКТРОННИХ  
КОМУНІКАЦІЙ**

Формування корпоративної культури підприємства є надзвичайно актуальним завданням, оскільки цифрові технології та зміни в бізнес-процесах впливають на всі аспекти управління підприємством. . Інтерес до корпоративної культури триває понад декілька десятиліть. Феномен корпоративної культури вивчають провідні вчені зарубіжних країн та України [1...3].

В умовах цифрової трансформації формування корпоративної культури стає надзвичайно важливим завданням, що впливає на успішність підприємства, його спроможність адаптуватися до змін та залучати та утримувати талановитих працівників.

Формування корпоративної культури є ключовим аспектом будь-якого підприємства, але в сфері електронних комунікацій ця проблема стає особливо актуальною з причин швидких змін технологій та бурхливого розвитку цифрового середовища.

Формування корпоративної культури підприємств сфери електронних комунікацій є важливим завданням, яке допомагає підприємствам пристосовуватися до змін у технологічному середовищі, зберігати конкурентну перевагу та забезпечувати ефективну роботу колективу.

Корпоративна культура підприємств сфери електронних комунікацій має свої особливості, які враховують специфіку цієї галузі та вимоги ринку:

- корпоративна культура підприємств сфери електронних комунікацій сприяє стимулюванню інновацій та творчості. Підприємства сфери електронних комунікацій часто працюють над новими технологіями, сервісами та продуктами, тому важливо, щоб сформована корпоративна культура підтримувала відкритість до нових ідей та експериментів;

- корпоративна культура має бути гнучкою та швидко реагувати на зміни у ринкових умовах, реагувати на технологічні інновації та вимоги споживачів;

- ринок електронних комунікацій насичений конкуренцією, що може створювати стресові ситуації для працівників. Корпоративна культура має сприяти створенню підтримуючого середовища, яке допомагає працівникам впоратися зі стресом та підтримує їх емоційну стійкість;

- велика кількість підприємств сфери електронних комунікацій працює у віртуальних, розподілених та багатофункціональних командах, що вимагає специфічних підходів до організації робочого процесу та комунікацій серед працівників. Корпоративна культура повинна сприяти співпраці та взаємодії серед членів віртуальних команд;

- корпоративна культура повинна сприяти зосередженості на задоволенні потреб клієнтів та вдосконаленню продуктів та послуг з точки зору їх очікувань;

Підводячи підсумки, корпоративна культура підприємств сфери електронних комунікацій повинна бути інноваційною, гнучкою, сприятливою для співпраці та готовою до швидкої реакції на зміни в

галузі та на ринку. Подальшим напрямом дослідження є формування корпоративної культури оператора фіксованого зв'язку АТ «Укртелеком».

### **Список використаних джерел:**

1. Грачова С. Корпоративна культура українських підприємств: особливості та тенденції розвитку. Наукові студії: економіка, управління, фінанси. 2022. С. 120-129.
2. Олійник Т.І., Кривицька Н. В. Сучасна роль корпоративної культури в управлінні людськими ресурсами в організації. Інвестиції: практика та досвід. 2018. №22. С. 66-69. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2018.22.66>.
3. Топалова С. О. Корпоративна культура, орієнтація на клієнта, інновації як функції менеджменту та базові передумови ефективності бізнесу. Modern Economics. 2023. № 38(2023). С. 158-163. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V38\(2023\)-24](https://doi.org/10.31521/modecon.V38(2023)-24).

**УДК 005.73-029:1]005.25-029:3**

**Цимарно Г.В.,**  
здобувач вищої освіти,  
**Пилипенко О.С.,**  
кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри управління та адміністрування,  
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

## **ВТІЛЕННЯ ПРИНЦИПІВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ**

Сучасність диктує нові вимоги до розвитку бізнесу, першорядними з яких визнано корпоративну соціальну відповідальність як філософію організації підприємницької діяльності, однією з найважливіших компонент якої є організаційна культура підприємств. Тільки відбудувавши корпоративну культуру належного рівня, можна очікувати підвищення продуктивності праці персоналу й ефективності праці персоналу й ефективності менеджменту[1].

Сьогодні корпоративну культуру розглядають як потужний стратегічний інструмент, що дозволяє орієнтувати всі підрозділи та