

**УНІВЕРСИТЕТ  
ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ  
В ПЕРЕЯСЛАВІ**

**ВІТЧИЗНЯНА НАУКА НА ЗЛАМІ ЕПОХ:  
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

**Матеріали Всеукраїнської науково-практичної  
інтернет-конференції  
(22 лютого 2024 року)**

**№95**

**Переяслав – 2024**

УНІВЕРСИТЕТ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ  
В ПЕРЕЯСЛАВІ

Рада молодих учених університету

Матеріали  
Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції  
**«ВІТЧИЗНЯНА НАУКА НА ЗЛАМІ ЕПОХ:  
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ»**

22 лютого 2024 року

Вип. 95

Збірник наукових праць

Переяслав – 2024

## КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*В цій статті розглядається концепція корпоративної культури, як ефективного інструменту управління, є ключовим чинником успіху бізнесу, оскільки вона задає орієнтири поведінки: всередині організації, у взаємодії між співробітниками на роботі. Тому що в останній час в бізнесі командна робота вимагає послідовності, а це вимагає створення об'єднуючих цінностей і правил, які допомагають усім членам працювати ефективно. З часом зникають мотиваційні особливості та персональні потреби персоналу підприємства, які піднімаються на новий рівень. Економічні засоби мотивації, не завжди дають ефект, в разі коли є потреба самореалізації працівників колективу.*

**Ключові слова:** корпоративна культура, підприємство, організаційна культура, функції корпоративної культури, стратегія, цілі.

*This article examines the concept of cooperative culture as an effective management tool, which is a key factor in successful business, as it sets behavioral patterns: internal and relations between co-workers at work. Because in today's business, teamwork requires consistency, and this requires the creation of unifying values and principles that help its members work effectively. Over time, the motivational features and personal needs of private enterprises, which rise to a new level, disappear. Economic measures of motivation do not always give an effect when there is a need for collective employee mobilization.*

**Keywords:** corporate culture, enterprise, organizational culture, functions of corporate culture, strategy, objectives.

Поняття "культура" (лат. cultura, форми: colui, cultum, colere) має латинські корені й означає "обробляти, вирощувати, розводити, мешкати, населяти, турбуватися, поважати й, нарешті, бути утвореним, мати гарні манери".

В XIX столітті з'явився термін "корпоративна культура" З розвитком виробничих відносин, поліпшувався і науковий менеджмент. Вже наприкінці XIX століття вивченням впливу людських взаємин всередині корпорації почали займатися представники Школи людських відносин менеджменту. Перші відносно чіткі визначення культури організації почали з'являтися в другій половині XX століття [1, с. 9-11].

Корпоративна культура – це система цінностей, вірувань, досвіду, явищ, очікувань та їх символів, бізнес-принципів, кодексів поведінки, практик і тем, що містяться в організації, які зформують «корпоративний дух», встановлюють спільні рамки відносин, поведінки в підприємстві та схваджуються більшістю співробітників організації.

Основною цілю корпоративної культури є гарантування високого доходу підприємства за допомогою поліпшення управління людськими ресурсами задля забезпечення лояльності працівників до керівництва, виховувати у співробітників позитивного ставлення до підприємства.

Виділяють такі види стратегії корпоративної культури підприємства:

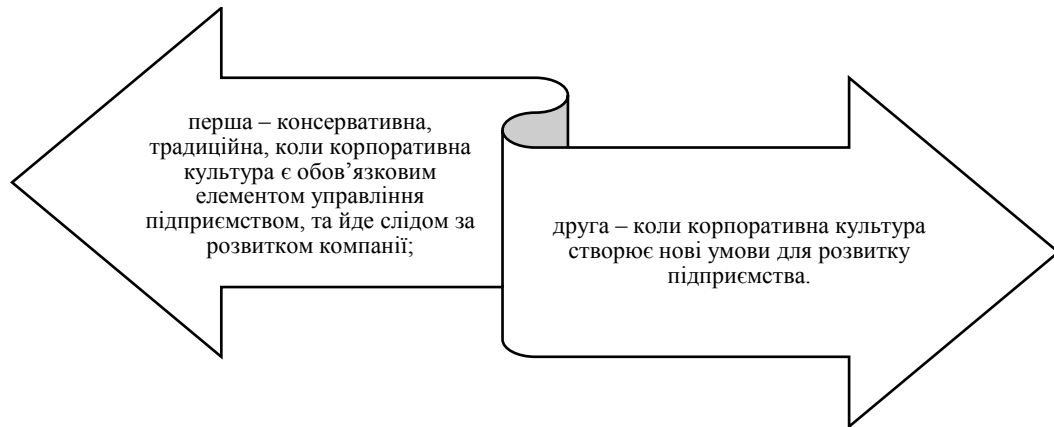


Рис. 1. Стратегії корпоративної культури підприємства

Формування стратегії корпоративної культури є досить складною місією, оскільки на нього впливає багато факторів. Всі стратегії ґрунтуються на аналізі поточного положення корпоративної культури співробітництва та її станом зі стратегічними цілями організації. Такий аналіз повинен визначити місця невідповідності, у яких потрібно робити зміни. Потім ці зміни необхідно поліпшити та розробити заходи їх здійснювання, створити умови для закріплення відповідних елементів корпоративної культури. Одною з головних цілей стратегії є формування «сильної» корпоративної культури підприємства, в якій є чітка сформульована місія, а норми поведінки працівників не змінюються за зміни керівництва компанії [2, с. 95-97].

При визначенні основної сутності та мети корпоративної культури часто застосовують такі аспекти:

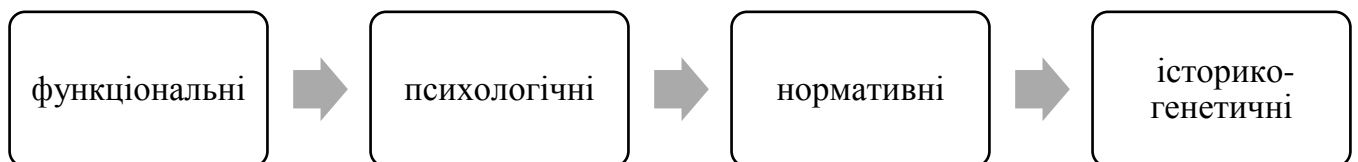


Рис. 2. Аспекти сутності корпоративної культури

Так, у функціональних визначеннях корпоративної культури зазначають функції корпоративної культури, її роль як процес регуляції поведінки між працівниками. Психологічні визначення формування звичок працівників та особливості їх адаптації до організаційного середовища. Описові визначення включають список елементів корпоративної культури. Нормативні – концентрують увагу на норми й зразки поведінки, історико-генетичні включають до корпоративної культури механізм соціального та культурного наслідування, розвиток традицій, звичаїв, ритуалів. Корпоративна культура підприємства з’являється в мить його створення та є у будь-якому підприємстві, незалежно від розмірів та форми власності тощо. Вона має внутрішнє орієнтування, але при цьому зовнішні агенти підприємства можуть фіксувати її особливості. Вона виявляється у організаційній поведінці колективу та розвивається одночасно із еволюцією персоналу та відношення до стратегії та її реалізації, а також цілей та місій.

Цінності є основою корпоративної культури. Моральні, соціальні, а також культурні цінності утворюють в цілому корпоративну культуру суспільства й окремих підприємств зокрема. На їх засадах уворюються норми і форми поведінки особистості [3, с. 92-94].

Як незвичайний продукт життєдіяльності підприємства корпоративна культура, існує об’єктивно, невіддільний нашій волі та свідомості. Несучи в собі певні суперечності, вона сприяє, або перешкоджає розвитку тих чи інших управлінських стратегій. Тому головна ціль

керівництва в даній сфері полягає в свідомій важливості на корпоративну культуру і спрямованому внесення в неї змін, що відповідають меті організаційного розвитку. За цих аспектів головними факторами, що визначають необхідність збереження, зміцнення або зміни корпоративної культури, які виступають у ролі зворотного зв'язку її ефективність з боку організації, а з боку співробітників – задоволеність роботою. Найголовнішими аспектами, які слід вважати при створенні корпоративної культури, є ціннісні орієнтації та культурні стереотипи колективу на підприємстві. Отже, зрозуміло, вирішення цього завдання в значній мірі залежить від того, наскільки проголошені керівництвом підприємницькі цінності підходять значущим орієнтаціям працівників і не протирічать їм. Суперечність значущих орієнтацій працівників і того, що є найбільш важливим для керівництва підприємства, стає головним чинником суперечностей і падіння продуктивності праці [4, с. 116-117].

Ринкове середовище встановлює правила для українських компаній у різних секторах, завдяки чому вони розуміють, що запорукою стабільної роботи та конкурентоспроможності є не лише фізичний капітал, а й мудрість, мораль та етика інтелектуального капіталу і стабільність.

Тож, на українських підприємствах крок за кроком розпочинають з'являтися об'єктивні умови утворення корпоративної культури, які полягають зокрема в тому, що перевагу в економічних процесах повинно надаватися працівникам. Розвиток людського потенціалу є основною умовою та необхідністю зформуванню корпоративної культури на українських підприємствах.

Корпоративну культуру можна досліджувати як особливу ідеологію управління, націлену на вдосконалення ділової активності підприємства. Ідеологія управління проявляється в місії та цілях організації і впливає на:

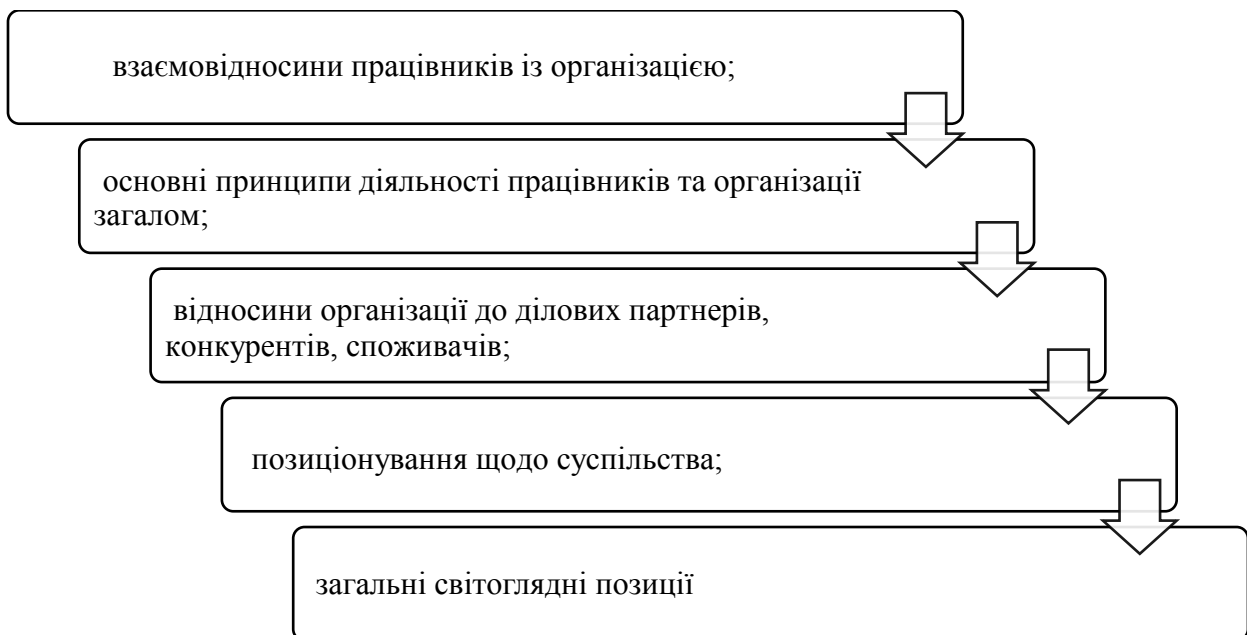


Рис. 3. Вплив ідеології управління

У сучасному світі корпоративну культуру слід розглядати як інструмент ефективного управління. Сьогодні корпоративна культура стає головним фактором ділового успіху, оскільки вона задає орієнтири поведінки: всередині організації, у взаємодії між працівниками на робочому місці (культура праці), поза організацією, у взаємодії між різними інституціональними суб'єктами та партнерами по бізнесу. Основним чинником формування корпоративної культури на українських підприємствах є те, що вони повинні покращувати свій розвиток згідно тих потреб, які формуються у відповідності до глобального розвитку економіки, щоб у майбутньому не опинитись за межами світових процесів.

Корпоративна культура має ґрунтуватись, у першу чергу, на взаємній довірі вищого менеджменту підприємства та його персоналу. Без цієї довіри підприємство перетворюється в бюрократичну структуру лише зовнішніх і базових ознак корпоративної культури. Довіра є внутрішнім стрижнем, основа, що формує підприємство, перетворює його на те місце, куди хочеться приходити і де хочеться працювати. Основа корпоративної культури підприємства характеризується визначеним набором параметрів: здобута між членами колективу система стосунків; соціально-психологічна атмосфера; найважливіші цінності; технологія управління [5, с. 274-277].

Отже, корпоративна культура організації – це сукупність прийнятих на даному підприємстві норм і правил поведінки по відношенню до клієнтів і партнерів, а також культура міжособистих стосунків на підприємстві і саме від неї залежить ефективність діяльності організації, стан міжособистісних стосунків в ній та сформований імідж. Корпоративна культура має будуватися, у першу чергу, на взаємній довірі вищого менеджменту підприємства та його персоналу. Без такої довіри підприємство перетворюється в бюрократичну структуру лише зовнішніх і базових атрибутів корпоративної культури. Довіра – це внутрішній стрижень, основа, що формує підприємство, перетворює його на те місце, куди хочеться приходити й де хочеться працювати.

#### ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти: монографія [Електронний ресурс] / І. П. Отенко, М. І. Чепелюк. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 243 с.
2. Копитко М., Михаліцька Н., Верескля М. Корпоративна культура як стратегічний напрям управління підприємством в умовах сучасних викликів. Вчені записки університету «КРОК», 2021. №2(62). С.92–99. URL : <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-62-92-99>
3. Приймак Н. С. Корпоративна культура в системі управління змінами підприємства. «Вісник ЖДТУ»: Економіка, управління та адміністрування. 2019. №2(88). С.91–97. URL: [https://doi.org/10.26642/jen-2019-2\(88\)-91-97](https://doi.org/10.26642/jen-2019-2(88)-91-97)
4. Громко Л. Корпоративна культура як ключовий чинник розвитку торговельного підприємства. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2020. №2. С. 114–120. URL: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-02-114-120>
5. Дергачова В.В., Федірко Г.А. Особливості формування корпоративної культури на підприємствах України. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2018 (15). URL: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.15.2018.135694>
6. Сорока Т.І., Павлюк Т.І. Соціальна відповідальність підприємства: тенденції в Україні Та сiri Scientific method: reality and future trends of researching: матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (March 24, 2023, Zagreb, Croatia).

УДК 658.16-049.5:[005.936.3:33.01

Валентин Попик  
(Київ)

#### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто наукові підходи до визначення сутності фінансово-економічної безпеки підприємства. Встановлено, що фінансово-економічна безпека є складною системою, що обумовлює необхідність застосування системного підходу для створення ефективної системи управління. Узагальнено основоположні принципи побудови системи фінансово-економічної безпеки підприємства.

**Ключові слова:** фінансова та економічна безпека, елементи, складові та аспекти фінансово-економічної безпеки, принципи побудови системи фінансово-економічної безпеки підприємства.

**ЗМІСТ**  
**ЕКОЛОГІЯ**

<i>Євген Іванов, Володимир Пенюк</i> ТЕХНОЛОГІЇ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРИРОДНО-ГОСПОДАРСЬКИХ СИСТЕМ НОВОВОЛИНСЬКОГО ГІРНИЧОПРОМИСЛОВОГО РАЙОНУ	3
<i>Оксана Шкрябко, Олександр Прокопенко</i> ГІГІЄНА КОРИСТУВАННЯ МОБІЛЬНИМ ТЕЛЕФОНОМ	9
<b>ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ</b>	
<i>Артем Коваленко, Ольга Владимир</i> ОСНОВНІ РИЗИКИ, З ЯКИМИ СТИКАЮТЬСЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ ГОСТИННОСТІ, ПОДОРОЖЕЙ І ВІДПОЧИНКУ	13
<i>Діана Мілецька, Денис Миронов</i> СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ	16
<i>Єлизавета Чоботару, Денис Миронов</i> УДОСКОНАЛЕННЯ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЗА РАХУНОК ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ	19
<b>ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ</b>	
<i>Богдан Каджая</i> СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ, СУСПІЛЬСТВА ТА ДЕРЖАВИ В ЦЬЛОМУ	21
<b>ЕКОНОМІКА</b>	
<i>Дарина Коваль</i> ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН БІЗНЕСУ ІЗ ЗОВНІШНІМИ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	25
<i>Аміна Попеско, Тетяна Павлюк</i> КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	28
<i>Валентин Попик</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	31
<b>МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ</b>	
<i>Вікторія Гура</i> СУЧАСНА ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА АРТ-МЕНЕДЖЕРІВ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА	35
<b>ІСТОРИЧНІ НАУКИ</b>	
<i>Валентина Петрович</i> РОЛЬ СУЧАСНИХ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗБЕРЕЖЕННІ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ	38
<b>ПЕДАГОГІКА</b>	
<i>Софія Деревянко</i> АКТУАЛЬНІСТЬ ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК ЧИТАННЯ СЕРЕД УЧНІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ	42
<i>Лариса Жирук, Юлія Пижук</i> НАУКОВО-ДОСЛІДНА РОБОТА СТУДЕНТІВ-МЕДИКІВ НА ТЕМУ: «ФАКТОРИ РИЗИКУ ТА УСКЛАДНЕННЯ ЦД 2 ТИПУ»	45
<i>Людмила Слободянюк</i> ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ З КОМП'ЮТЕРНОЇ ІНЖЕНЕРІЇ У ЗАКЛАДАХ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ	50

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку»: Зб. наук. праць. Переяслав, 2024. Вип. 95. 92 с.

*Відповідальність за грамотність, автентичність цитат, правильність фактів і посилань, достовірність матеріалів несуть автори публікацій. Передрук і відтворення опублікованих у збірнику матеріалів будь-яким способом дозволяється тільки при посиланні на «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку».*

Матеріали науково-практичної інтернет-конференції розміщені на сайті:  
<http://confscience.webnode.com.ua>

Укладачі: С. М. Кикоть, І. В. Гайдаєнко  
Верстка та дизайн: І. В. Гайдаєнко

Адреса оргкомітету та редколегії:  
08401, вул. Сухомлинського, 30 (к. 100),  
м. Переяслав,  
Київська обл., Україна  
тел. 0930569496,  
сайт: [confscience.webnode.com.ua](http://confscience.webnode.com.ua)