

### Список використаних джерел:

1. Антон Макаренко: Харківська трудова колонія ім. М. Горького (в документах і матеріалах 1926–1928 рр.) / авт.-уклад.: І. Ф. Кривонос, Н. М. Тарасевич, А. В. Ткаченко; за ред. дійсного члена АПН України І. А. Зязюна. К. : Педагогічна думка, 2008. 352 с.
2. Ващенко Г. Педагогічна наука в СРСР (Яничар А. С. Макаренко – найбільший советський педагог). *Рідна школа*. 1999. № 4. С. 70–80.
3. Ніжинський М. П. Життя і педагогічна діяльність А. С. Макаренка (Творчий шлях) / Вид. друге, перероб. і допов. К. : Рад. школа, 1967. 304 с.
4. Полтавська трудова колонія ім. М. Горького в документах і матеріалах (1920–1926 рр.). Ч. 1 / авт.-укл.: О. П. Єрмак, Л. В. Крамущенко, І. Ф. Кривонос, Н. М. Тарасевич ; за ред. І. А. Зязюна. Полтава, 2002. 269 с.
5. Полтавська трудова колонія ім. М. Горького в документах і матеріалах (1920–1926 рр.). Ч. 2 / авт.-укл.: О. П. Єрмак, Л. В. Крамущенко, І. Ф. Кривонос, Н. М. Тарасевич, А. В. Ткаченко ; за ред. І. А. Зязюна. Полтава, 2002. 216 с.

## СУТНІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

*Скрипник К. І., Барбінова А. В.  
Полтава, Україна*

Питання корпоративної культури, в останні роки, набуває особливої ваги. І тому все більше до цього питання звертаються теоретики і практики управління. Водночас, це питання дуже актуальне для сучасних управлінців у сфері освіти, адже ефективне та якісне функціонування закладу освіти, залежить в першу чергу від керівника та педагогів [3].

Корпоративна культура належить до різновидів управлінських наук і є головною галуззю знань. Вона виокремлюється з науки про управління та організаційної науки, які вивчають: закономірності, принципи та загальні підходи в напрямках розвитку особистості та організації; поведінки керівника в організації; підвищення ефективної організації та її адаптація як до внутрішніх так і зовнішніх чинників [1].

Словосполучення «корпоративна культура» вперше використав у XIX сторіччі у військовій термінології німецький фельдмаршал Мольтке для визначення відносин в офіцерському середовищі.

У другій половині XX сторіччя почали з'являтися перші більш-менш чіткі визначення культури організації. Але сьогодні єдиного трактування поняття «корпоративна культура» не існує. Науковці для характеристики часто використовують такі терміни, як «організаційна культура», «культура підприємства», «культура організації».

Наприклад американський психолог, науковець Е. Шейн говорить, що корпоративна культура – це сукупність колективних базових правил, винайдених, відкритих або вироблених певною групою людей у міру того, як вона вчилася вирішувати проблеми, пов'язані з адаптацією до зовнішнього

середовища й внутрішньою інтеграцією, і розроблених досить добре для того, щоб вважатися цінними. Цікавою є думка О. Максименко, яка вважає, що корпоративною культурою можуть виступати стосунки, норми і цінності, стилі поведінки, яка відтворюється між людьми, вважаючи ознаку відтворення ключовою в аналізі і функціонуванні організаційної культури [2]. Іншої думки дотримуються американці Д. Елдрідж і А. Кромбі. Вони зазначають, що корпоративна культура – це унікальна сукупність норм, цінностей, переконань, які визначають спосіб об'єднання груп та окремих особистостей в організацію для досягнення встановлених перед нею завдань [5].

В ході дослідження даного питання актуальною є твердження В. Співак. Автор говорить, що корпоративна культура – це система матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою, притаманних даній корпорації, відображають її індивідуальність і сприймання себе та інших у соціальному та речовинному середовищі, проявляються в поведінці, взаємодії у сприйманні себе й навколишнього середовища [4]. У науковій літературі існує безліч думок і поглядів на визначення сутності і структури корпоративної культури. Це явище досліджується через різні підходи, з позиції різних галузей. Однак, узагальнюючи наведені визначення, можемо дійти висновку, що корпоративна культура – це в першу чергу система цінностей, вірувань, переконань, уявлень, очікувань, а також норм поведінки, принципів, традицій, ритуалів, які склалися в організації або її підрозділах за час діяльності та які приймаються більшістю співробітників [5].

Для впровадження корпоративної культури в закладах освіти потрібно розробити стратегію її формування. Ця стратегія розгортається у двох планах: внутрішньому і зовнішньому. Зовнішній план – застосування комплексу заходів, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності освітнього закладу, тобто досягнення рентабельності та соціального статусу. Внутрішній план передбачає становлення корпоративних педагогічних цінностей, високої академічної культури, норм педагогічних відносин, які забезпечують сприятливий морально-психологічний клімат, творчу атмосферу в середовищі викладачів, що формує гідність особистості, професійну гордість, а отже, забезпечує репутацію освітнього навчального закладу.

Розпочинати роботу над програмою розвитку корпоративної культури необхідно з розгляду змін, що відбулися у навколишньому середовищі. Так, наприклад, В. Козлов пропонує п'ять основних етапів:

- 1) вироблення місії, визначення стратегії, основних цілей та цінностей;
- 2) дослідження корпоративної культури, що вже склалася;
- 3) розробка організаційних заходів, спрямованих на формування, розвиток чи закріплення бажаних цінностей та зразків поведінки;
- 4) цілеспрямований вплив на корпоративну культуру з метою усунення негативних цінностей;
- 5) оцінка успішності впливу на корпоративну культуру і внесення необхідних коректив.

### Список використаних джерел:

1. Апостолюк О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2016. С. 68–73.
2. Кубко В. Модель формування корпоративної культури сучасного вищого навчального закладу України [Текст] / В. Кубко // Вісник Книжкової палати : Науково-практичний журнал. – 2014. – № 8. – С. 1–3.
3. Лепейко Т. І. Організаційна поведінка : навчальний посібник / Т. І. Лепейко, С. В. Лукашев, О. М. Миронова. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. – 156 с.
4. Захарчин Г. М. Корпоративна культура : навч. посіб. / Г. М. Захарчин. – Львів 2011. – 309 с.
5. Ігнат'єва А. І. Гарафонова О.І. Корпоративне управління. – [Електронний ресурс]. – [https://pidru4niki.com/1045011752401/menedzhment/korporativne\\_upravlinnya](https://pidru4niki.com/1045011752401/menedzhment/korporativne_upravlinnya)

## АСПЕКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ПРИ ПРИЙНЯТТІ ПРОЄКТНИХ РІШЕНЬ

*Срібний С. В.  
Полтава, Україна*

**Науковий керівник:** *Школяр Сергій Петрович* – кандидат технічних наук, доцент кафедри педагогічної майстерності та менеджменту імені І.А. Зязюна Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка

Одним із елементів сучасної інноваційної економіки є підготовка менеджерів до прийняття проєктних управлінських рішень [1]. Вона, зокрема, передбачає збір, обробку, аналіз достовірної інформації, пов'язаної з об'єктами права інтелектуальної власності. Базою для роботи з патентною інформацією промислової власності є побудова патентних ландшафтів (ПЛ), тобто ПЛ є інструментом, який дозволяє менеджеру приймати зважені рішення, концептуально охоплюючи проблему, що представлена для вирішення [2]. Отже ПЛ – це не тільки і не стільки набір рекомендацій, а й додаткова інформація, що розширює уяву про проблеми і ситуацію у сфері технології за тематикою, яка цікавить дослідника на ринку інновацій.

При підготовці менеджерів слід враховувати, що як об'єктивно існуюча достовірна інформація, ПЛ можуть бути використані для: вибору напрямку розробок, створення нових ідей та адекватного розуміння вже існуючих технологій; складання «сильних» патентів, які майже неможливо обійти, зниження вірогідності одержання відмови у видачі патенту; пошуку потенційних ліцензіатів та ліцензіарів; дослідження потенційних ринків збуту та їх специфіки; виявлення конкурентів або сателітів для утворення колаборації і патентних ПУЛів; здійснення аналізу непатентної інформації (статей, трудів конференцій), що дозволяють контактувати із вченими, які займаються тематикою, що цікавить дослідника; мінімізації ризиків та виявлення