

**Електронний додаток до матеріалів  
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:  
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліbermanу

**Тези доповідей**

19 листопада 2021 року  
м. Харків, Україна

Харків  
2021

*Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 5 від 03.11.2021 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 11 від 19.10.2021 р.)*

**Рецензенти:** **Криворучко Оксана Миколаївна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету;  
**Назарова Галина Валентинівна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом та соціальних наук Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця;  
**Перерва Петро Григорович** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри організації виробництва та управління персоналом Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

**Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики :** матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 19 листопада 2021 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 92 с. Укр. мова, англ. мова

Наведено результати наукових досліджень учасників, проведених у рамках шістнадцятої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману. Розглянуто питання теоретичних і прикладних засад формування та активізації інноваційних процесів на всіх економічних рівнях відносин в Україні, управління розвитком діяльності підприємств в умовах міжнародної конкуренції, проблем розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності підприємств. Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції на електронному носії.

Видання може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, для формування практичних рекомендацій та управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку економіки. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, науковцям, освітніх і громадських організацій, науковцям, аспірантам і студентам економічних спеціальностей.

## ЗМІСТ

### **Секція 1. Стратегічне управління конкурентоспроможністю та інноваційною діяльністю**

<i>Авраменко О. В., Хачатуров О. В.</i> Оцінка якості надання логістичних послуг .....	101
<i>Авраменко О. В., Чугаєва А. В.</i> Особливості організації логістичного сервісу на підприємстві .....	105
<i>Айдарова Д. О.</i> Innovations in international exhibitions .....	110
<i>Bobritska Yu. Yu.</i> The chatbots implementation as a way of communication with the customers in business.....	115
<i>Бойко А. О., Піддубна Л. І.</i> Аспекти розвитку організаційної культури ІТ-компаній .....	119
<i>Борисова В. В.</i> Міжнародна конкурентоспроможність країн в умовах глобалізації.....	123
<i>Бурлак Ю. О.</i> Міжнародне співробітництво як основа поглиблення інтеграційних процесів у НАФТА.....	128
<i>Велика О. Ю., Щербина В. О.</i> Управління формуванням фінансових ресурсів підприємства.....	135
<i>Veretennykova H., Vasylenko S. V.</i> Assessing the readiness of the organization's environment to innovations.....	139
<i>Veretennykova H., Yukhimenko B. A.</i> Enterprise efficiency management.....	143
<i>Верещагіна Г. В., Акінішина Ю. С.</i> Теоретичні підходи розробки логістичної стратегії підприємства.....	146
<i>Верещагіна Г. В., Балака Б. І.</i> Інноваційні тенденції ринку нерухомості.....	149
<i>Virvan A. S.</i> Development of the e-commerce market in Ukraine ....	152
<i>Власенко І. В.</i> Формування конкурентоспроможності продукції промислових підприємств .....	156



## Аспекти розвитку організаційної культури ІТ-компаній

**Бойко Анастасія Олександрівна,**

магістрантка кафедри економіки та підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця  
(м. Харків, Україна), e-mail: ordinia24@gmail.com

**Піддубна Людмила Іванівна,** доктор економічних наук,

професор кафедри міжнародної економіки та підприємництва  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна), e-mail: l.i.poddubnaya@gmail.com

Проблематика розвитку організаційної культури компанії завжди була у центрі уваги науковців. Найбільш відомими зарубіжними дослідниками різних аспектів формування та розвитку організаційної культури є І. Ансофф, Р. Блейк, Х. Віссема, Л. Грейнер, К. Девіс, К. Камерон, М. Хаммер, та ін, а серед вітчизняних фахівців, можна виділити наукові праці Н. Гавкалової, А. Воронкової, О. Дарагана, Г. Захарчина, О. Харчишина, Г. Хаєта та ін.

Більшість дослідників наголошують, що організаційна культура – це:

- виключно система цінностей, яка прийнята більшістю співробітників і фактично допомагає їм зрозуміти мету створення та функціонування компанії;
- сукупність відносин, моделей та норм цінностей та поведінки, що є спільною для усіх співробітників компанії та формує базис їх діяльності;
- соціальний клімат (атмосфера) компанії, образ мислення та спосіб дії, якого дотримуються усі співробітники і який включає певний інтегрований набір базових уявлень, які було затверджено (або сформовано у ході становлення компанії) щодо адаптації до зовнішнього та внутрішнього середовища.

О. Харчишина визначає організаційну культуру як «комплекс базових цінностей, які домінують у суспільній системі та мають своєю

метою вирішення певних проблем або досягнення певних цілей». [2] А Г. Хаєт підходить до визначення організаційної культури як «системи цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів і т. д., які склались в організації та її підрозділах за час діяльності та які сприймаються більшістю співробітників» [1].

Фактично організаційна культура є феноменом, що визнаний науковцями та практиками у всьому світі. Сьогодні організаційна культура виступає не лише значним нематеріальним активом, який відрізняє одну організацію від іншої, а й фактором, який обумовлює успіх компанії у довгостроковій перспективі.

Для ІТ-компаній питання організаційною культури є ключовими, оскільки висококонкурентне середовище, в якому функціонують компанії, висуває певні вимоги до спеціалістів, які вкрай важливі для компаній при виконанні складних задач. Тому для більшості ІТ-компаній актуальною є проблема утримання кваліфікованих працівників. І саме тут побудова сучасної організаційної культури, спрямованої на ефективну реалізацію людського капіталу, є важливим аспектом подальшого розвитку.

На організаційну культуру ІТ-компанії впливають зовнішні та внутрішні складові (рис. 1), врахування яких є важливим при формуванні місії та стратегії компанії.

Фактично процес формування ефективної організаційної культури ІТ-компанії – це безперервний процес, кінцева мета якого – ефективний розвиток компанії. Найчастіше на практиці організаційна культура є частиною процесу управління компанією та включає мотиваційні елементи для співробітників. Більшість ІТ-компаній дотримуються демократичного стилю, тому що співробітники компанії – це молоді люди, і будь-який співробітник має право вільно висловити свої думки керівництву, якщо вважає це важливим.

Крім того, конкуренція серед висококваліфікованих технічних фахівців, які вкрай затребувані на ринку та можуть покинути ком-

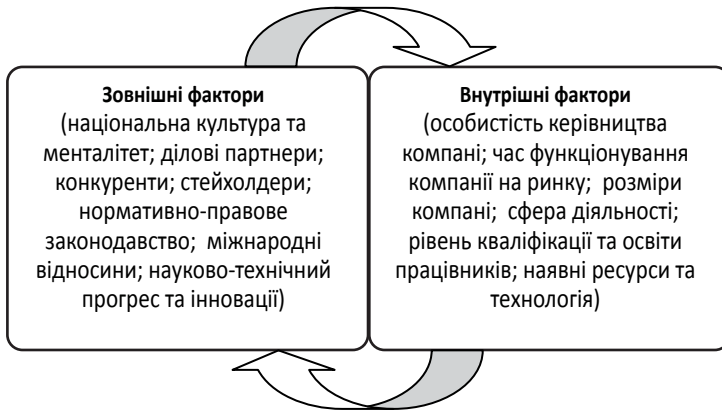


Рис. 1. Фактори впливу на організаційну культуру ІТ-компанії

панію у будь-який момент, сприяє впровадженню різних мотиваційних програм (не лише додаткова матеріальна винагорода, а розробка конкретних заходів, які сформують корпоративне життя так, щоб змотивувати співробітника на результативність, підвищити його лояльність і прихильність до компанії).

У цьому контексті більшість компаній вже давно впровадили гнучкий графік роботи, організацію проведення корпоративних заходів, наявність у офісі зони відпочинку, премії та різноманітні матеріальні бонуси. Найбільш поширеними сьогодні для ІТ-компаній є надання своїм співробітникам таких пільг, як: медичні послуги та проведення вакцинації проти COVID-19; оплата навчання та участі у тематичних конференціях; оплата фітнес-абонементів; забезпечення мобільним зв'язком, харчуванням та ін.

Таким чином, можна констатувати, що створення ефективної організаційної культури ІТ-компанії, яка досягається через виконання конкретних мотивуючих та об'єднуючих заходів, реалізація яких передбачає застосування різних методик та комплексного використання норм та цінностей компанії, виходячи з стратегічної мети її розвитку, сприятиме її позитивному іміджу та динамічному розвитку.

### **Література**

1. Корпоративна культура : навч. посіб. / за заг ред. Г.Л. Хаєта. Київ : ЦУЛ, 2003. 403 с.

2. Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості : монографія. Житомир : Вид-во ЖДУ, 2011. 290 с.

