

КОНСТИТУЦІЙНЕ ПРАВО

УДК 331.1:658.3:621

DOI <https://doi.org/10.32782/2408-9257-2025-1-7>

Павліченко Є. В.,

кандидат юридичних наук, доцент,

доцент кафедри кримінально-правових дисциплін

Криворізького факультету Національного університету «Одеська юридична академія»

Бобошко О. М.,

старший викладач кафедри кримінально-правових дисциплін

Криворізького факультету Національного університету «Одеська юридична академія»

ВНУТРІШНЬО КОРПОРАТИВНЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГЛАМЕНТУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ

INTERNAL CORPORATE REGULATORY AND LEGAL REGULATION OF THE CORPORATE CULTURE OF AN ORGANIZATION

У статті були розглянуті документи, що відіграють безпосередню роль в формуванні корпоративної культури організації. Аналізуючи документацію можна зробити висновок про рівень корпоративної культури, а також зрозуміти чи відповідає заявлена в документах корпоративна культура дійсності.

Наведено сутність корпоративної культури організації. Корпоративна культура розглядається як інструмент управління організацією. Корпоративна культура це сукупність моделей поведінки, котрі запроваджені в організації в процесі її адаптації до внутрішнього середовища та внутрішньої інтеграції.

У статті відзначено, що документи є сполучною ланкою і взаємодії керівництва і підлеглих. Грамотно написаний документ і естетично оформлений служить показником високої культури організації. Визначено структуру документів.

Вказано, що статут організації є основним документом, що регламентує норми поведінки працівників.

Корпоративний кодекс виступає втіленням філософії організації, В ньому закріплюються добровільні обов'язки перед працівниками у зовнішньому світі, які організація приймає на себе звернувшись до тих настанов, що прописані в законодавстві. Кодекс декларує більш високий рівень ділової культури, пропонує дотримання високих ідейних принципів і норм, сприяє чіткому впорядкуванню організації по відношенню до своїх клієнтів і працівників.

Структура корпоративного кодексу може бути різною, але головна його мета повинна полягати в об'єднанні всіх ресурсів організації задля досягнення поставлених цілей.

Посадова інструкція це документ, котрий призначений для чіткого визначення місця і призначення конкретної посади в організації. Саме в ній відображені такі важливі питання як вимоги, що висовуються до кандидатів на вакантні посади, посадові обов'язки працівників, їх права і відповідальність, посадові інструкції призначені полегшувати адаптацію нових працівників. Вони слугують основою для оцінки результатів діяльності працівників та їх атестації.

Накази це документи керівників, що відіграють основну роль в управлінні персоналом. З наказу про прийом на роботу починається трудова діяльність працівника, з наказами про звільнення закінчується. Накази можуть стосуватися практично будь-якої сфери організації. На основі наказів можна регламентувати різні заборони. Вони можуть слугувати додатковою мотивацією.

Брендбук це офіційний опис сутності і цінності бренду, самоідентифікації організації, а також форм і методів її визначення. Це документ для внутрішнього використання працівниками організації. Це книга бренду (сукупність властивостей, асоціацій і образів) з продуманою системою стандартів і правил, де послідовно описуються його концепції, характер і місія, а також унікальне бачення і візуальне рішення. В брендбуці міститься основа змісту місії і філософії організації, опис цінностей, опис ключових ідентифікаторів організації, опис ключових повідомлень організації, опис можливих каналів передачі повідомлень. Брендбук є невід'ємним, внутрішньо корпоративним виданням, що орієнтовне на працівників організації, які мають безпосереднє відношення до управління брендом і роботи з ним.

Нормативні документи це процедури і регламенти, що описують основні процеси, що існують в організації, їх можна назвати операційними стандартами.

Ключові слова: документ, статут, кодекс, посадова інструкція, наказ, брендбук.

The article examined documents that play a direct role in the formation of the organization's corporate culture. Analysing the documentation, we are able to draw a conclusion about the level of corporate culture, as well as understand whether the corporate culture stated in the documents corresponds to reality.

The essence of the corporate culture of an organization is presented. Corporate culture is considered as a tool for managing an organization. Corporate culture is a set of behavioural models introduced into an organization in the process of its adaptation to the internal environment and internal integration.

The article notes that documents are a connecting link and interaction between management and subordinates. A competently written and aesthetically designed document serves as an indicator of the high culture of the organization. The structure of documents is determined.

It is indicated that the organization's charter is the main document regulating the norms of behaviour of employees.

The corporate code is the embodiment of the philosophy of the organization. It enshrines voluntary obligations to employees in the outside world that the organization assumes in addition to the guidelines prescribed in the legislation. The code declares a higher level of business culture, suggests adherence to high ideological principles and norms, and contributes to a clear orderliness of the organization in relation to its clients and employees.

The structure of a corporate code may vary, but its main goal should be to unite all the resources of the organization to achieve its goals.

A job description is a document that is designed to clearly define the place and purpose of a specific position in an organization. It reflects such important issues as the requirements for candidates for vacant positions, job responsibilities of employees, their rights and responsibilities, job descriptions are designed to facilitate the adaptation of new employees. They serve as the basis for assessing the results of employees' activities and their certification.

Orders are documents of managers that play a major role in personnel management. An employee's employment begins with an order to hire, and ends with an order to dismiss. Orders may concern almost any area of the organization. Various prohibitions can be regulated on the basis of orders. They can serve as additional motivation.

A brand book is an official description of the essence and values of a brand, the organization's self-identification, as well as the forms and methods of its definition. This is a document for internal use by employees of an organization. It is a brand book (a set of properties, associations and images) with a well-thought-out system of standards and rules, which consistently describes its concepts, character and mission, as well as a unique vision and visual solution. The brand book contains the basis of the content of the organization's mission and philosophy, a description of values, a description of the organization's key identifiers, a description of the organization's key messages, a description of possible message transmission channels. The brand book is an integral, internal corporate publication that is focused on employees of the organization who are directly related to brand management and work with it.

Regulatory documents are procedures and regulations that describe the basic processes that exist in an organization; they can be called operational standards.

Key words: document, charter, code, position, instruction, order, brand book.

Постановка проблеми. Корпоративна культура розглядається як інструмент управління організацією. Корпоративна культура це сукупність моделей поведінки, котрі запроваджені в організації в процесі її адаптації до внутрішнього середовища та внутрішньої інтеграції.

На даний час існує близько 250 різних трактувань корпоративної і організаційної культури [1].

Зазвичай існуюча в організаціях корпоративна культура представлена складним комплексом передбачень, що приймаються усіма членами колективу і задають загальні рамки поведінки. Основними функціями корпоративної культури є забезпечення бажаного результату в майбутньому, формування іміджу орга-

нізації, виховання відчуття спільності членів організації [2].

Важливу роль в процесі управління відіграють нормативно-правові документи. Саме в них відображаються і фокусуються цінності організації, місії тощо. Основною функцією документів є комунікативна функція. Документи є сполучною ланкою і взаємодії керівництва і підлеглих [3].

Аналізуючи інформацію, що містяться в документах, в планах, програмах, наказах, розпорядженнях, положеннях, можна виявити основні уявлення керівництва відносно процесу управління, зрозуміти наскільки забюрократизованою є організація. Складаючи документи, необхідно приймати до уваги не лише

їх зміст, а й форму. Грамотно написаний документ і естетично оформлений служить показником високої культури організації [4].

Стан наукової розробленості проблеми. Вивченні феномену корпоративної культури вивчався в рамках наукових досліджень національних та зарубіжних вчених. Сутність та зміст корпоративної культури досліджували у своїх працях національні вчені Б.М. Андрушків, В.О. Аніщенко, М.Г. Артеменко, О.І. Бала, О.В. Мукач, О.Ю. Бобровська, О.О. Білецька, П.Л. Гавкалова, М.Й. Дмитренко, К.Л. Жежер, Д.В. Задихайло, О.Р. Кібенко, Г.В. Назарова, Г.А. Колесніков, С.М. Малаш, М.М. Надейко, Т.І. Олійник, Г.П. Пасемко, Г.С. Бесєдіна, Ю.Ю. Волошин, Н.С. Приймак, Т.О. Сазонова, І.П. Потапюк, В.В. Шаповал, О.Г. Сидницька, Н.А. Тяхтенко, С.М. Макаренко, Я.А. Олексенко, Н.В. Трушкіна, Н.С. Ранкевич та інші.

Теоретичні та емпіричні аспекти корпоративної культури представлені в працях зарубіжних вчених С. Адамса, Р. Аккофа, М. Альберта, П. Друкера, Б. Мільнера, Т. Пітерса, Р. Уотермана та інших. При цьому проблема нормативно-правового регулювання формування корпоративної культури органів місцевого самоуправління не вивчалась.

Мета статті полягає у вивченні внутрішньо корпоративного нормативно-правового регламентування корпоративної культури організації.

Виклад основного матеріалу. В структуру документів, що регламентують корпоративну культуру, відносять посадові інструкції спеціалістів, корпоративний кодекс ділової етики, статут організації, штатний розклад, правила трудового розпорядження, накази, положення, стандарти, анкети, брендбук та інші документи, що фіксують діяльність організації.

Далі розглянемо їх більш детально.

Статут організації це документ, що регламентує норми поведінки працівників. Статут повинен бути прописаним на 10 сторінках друкованого тексту, але може й представляти собою талмуд із 500 сторінок. Все залежить від розміру і статусу організації та амбіцій керівництва.

Корпоративний кодекс виступає втіленням філософії організації, в ньому закріплюються добровільні обов'язки перед працівниками

у зовнішньому світі, які організація приймає на себе зверху тих настанов, що прописані в законодавстві. Кодекс декларує більш високий рівень ділової культури, пропонує дотримання високих ідейних принципів і норм, сприяє чіткому регулюванню організації по відношенню до своїх клієнтів і працівників.

Кодекс використовується для управління персоналом, дозволяє регулювати поведінку працівників на робочому місці, виступає як інструмент розвитку і підтримки корпоративної культури, чітко визначає основні цінності і цілі організації, підсилює корпоративну ідентичність суб'єктів організації усіх рівнів, виступає як інструмент інвестиційної привабливості.

Корпоративні кодекси приймаються, перш за все, з метою поліпшення корпоративного управління конфліктами. Належний рівень такого управління суттєво знижує ризик виникаючих розбіжностей. Для ефективного управління сучасний менеджер повинен враховувати всю сукупність інтересів.

На теперішній час кодекси корпоративної етики запроваджуються в багатьох організаціях, однак, внаслідок складності використання вони часто залишаються формальною декларацією.

При формуванні документа важливо, не лише створювати кодекс корпоративної етики, який буде відповідати всім пред'явленим для документів такого рівня вимогам, але й головне зробити його дійсно працюючим. Для цього кодекс має бути прийнятий усіма працівниками організації, стати інтегруючим документом.

Структура корпоративного кодексу може бути різною, але головна його мета повинна полягати в об'єднанні всіх ресурсів організації задля досягнення поставлених цілей.

Зміст кодексу організації визначається перш за все її особливостями, структурою, задачами розвитку, настановами керівництва організації.

Посадова інструкція це документ, котрий призначений для чіткого визначення місця і призначення конкретної посади в організації. Саме в ній відображені такі важливі питання як вимоги, що висовуються до кандидатів на вакантні посади, посадові обов'язки працівників, їх права і відповідальність, посадові інструкції призначені полегшувати адаптацію нових працівників. Вони слугують основою

для оцінки результатів діяльності працівників та їх атестації. Слід зазначити, що типові посадові інструкції містять лише загальну інформацію, а задача HR-спеціаліста та інших зацікавлених осіб переробляти типову посадову інструкцію на основі корпоративних стандартів своєї організації.

Корпоративні стандарти це принципи і правила, що регулюють діяльність організації і нормативні документи, що закріплюють ці правила. Корпоративні стандарти дозволяють відтворювати задану технологію робіт, допомагають виявити типові помилки, формувати бажану корпоративну культуру. Працівники отримують готові рішення для типових задач, а керівники організації чітко сформовані, формалізовані вимоги до результатів діяльності працівників.

Нормативні документи це процедури і регламенти, що описують основні процеси, що існують в організації, їх можна назвати операційними стандартами. Можна виділити стандарти, що визначають відношення до клієнта, колег, партнерів організації, котрі регламентують виконання професійних обов'язків, оформлення робочого місця. В стандартах визначаються навички і компетенції, котрими має володіти працівник, який займає певну посаду. Крім того, тут фіксується рівень якості виконуваних обов'язків і описуються зовнішні обставини, в яких буде оцінюватись якість роботи. Кожна організація формує свій перелік корпоративних стандартів.

Брендбук це офіційний опис сутності і цінності бренду, самоідентифікації організації, а також форм і методів її визначення. Це документ для внутрішнього використання працівниками організації. Це книга бренду (сукупність властивостей, асоціацій і образів) з продуманою системою стандартів і правил, де послідовно описуються його концепції, характер і місію, а також унікальне бачення і візуальне рішення. В брендбуці міститься основа змісту місії і філософії організації, опис цінностей, опис ключових ідентифікаторів організації, опис ключових повідомлень організації, опис можливих каналів передачі повідомлень. Брендбук є невід'ємним, внутрішньо корпоративним виданням, що орієнтовне на працівників організації, які мають

безпосереднє відношення до управління брендом і роботи з ним.

Брендбуки різних організацій можуть суттєво відрізнитись, усе пов'язане з родом діяльності організації і поставленими задачами. На зміст брендбука впливають особливості організації і різноманітність носіїв форменого стилю. Вони об'єднують всі зовнішні комунікативні засоби.

Накази це документи керівників, що відіграють основну роль в управлінні персоналом. З наказу про прийом на роботу починається трудова діяльність працівника, з наказами про звільнення закінчується. Накази можуть стосуватися практично будь-якої сфери організації. На основі наказів можна регламентувати різні заборони. Вони можуть слугувати додатковою мотивацією.

Як вже зазначалося вище, документи є засобом комунікації, вони можуть бути зовнішніми і внутрішніми.

Зовнішня комунікація це комунікація із зовнішнім оточенням, що знаходиться за межами організації, з іншими організаціями, це комунікації із зовнішнім середовищем. Задача зовнішніх комунікацій - задоволення інформаційної потреби організації, налагодження зв'язків із державними органами, громадськістю, постачальниками, клієнтами. З допомогою зовнішніх комунікацій формується і підтримується імідж організації.

Внутрішні або внутрішньо організаційні комунікації (між підрозділами, комунікація в підрозділі за рівнем виробництва і управління, між особами комунікації, неформальні комунікації) є частиною виробничо-господарської діяльності. Ці комунікації включають в себе інструктування, інформацію, навчання, менеджмент. Метою внутрішніх комунікацій в організації є створення серед працівників підтримки цілей і політики, що проводяться керівниками організації.

Таким чином, комунікація це важливий інструмент і необхідна умова для ефективного розвитку і запровадження корпоративної політики.

Можна також виділити документи, що регламентують проведення різних заходів в організації, що пов'язані з корпоративною культурою. Це можуть бути накази, плани заходів, положення про заходи тощо.

Правильне оформлення документів, грамотність, акуратність в поводженні з документами відіграє важливу роль і є частиною іміджу організації. Слід зазначити, що помилки в документах відображаються негативно на репутації організації.

Висновки. У статті були розглянуті документи, що відіграють безпосередню роль

в формуванні корпоративної культури організації. Аналізуючи документацію можна зробити висновок про рівень корпоративної культури, а також зрозуміти чи відповідає заявлена в документах корпоративна культура дійсності.

Подальші дослідження будуть спрямовані на специфіку формування Кодексу корпоративної культури.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бобровська О. Ю. Корпоративність місцевого самоврядування як інтегральний чинник його розвитку. Аспекти публічного управління. 2016. № 3. С. 74–85. Електронний ресурс. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aplup_2016.
2. Приймак Н. С. Корпоративна культура в системі управління змінами підприємства. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економіка, управління та адміністрування. 2019. № 2. С. 91–97. Електронний ресурс. Режим доступу: http://pa.stateandregions.zp.ua/archive/1_2016/26.pdf4.
4. Корпоративні норми. Велика українська юридична енциклопедія: у 20т. О. В. Петришин (відп. ред.) та ін. 2017. Т. 3: Загальна теорія права. С. 255. ISBN 978-66-937-233-8.
5. Формування нової корпоративної культури в умовах реалізації реформи місцевого самоврядування та розвитку міжмуніципального співробітництва. За заг. редакцією Щербак Н.В., Журавля Т.В., Толкова В.В. Київ : Видавництво «Фенікс». 2018. 156 с. Електронний ресурс. Режим доступу: http://pa.stateandregions.zp.ua/archive/1_2016/26.pdf.