

Список використаної літератури

1. Електронна економіка. Том 1. Криптовалюта. Big Data [Текст]: Навч. посібник/ І.М. Пістунов, О.П. Антонюк. – Д.: НГУ, 2017. – 281 с.
2. Косовський І.О., Сословський В. Г. Ринок криптовалют як система / І.О.Косовський, В. Г. Сословський [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fkf.org.ua/article/view/91065/89393>– Назва з екрана.
3. Сутність криптовалют та перспективи їх розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4/147.pdf>. – Назва з екрана.
4. Парламент створить єдиний законопроект для легалізації криптовалют [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fakty.ua/259282-parlament-sozdast-edinyj-zakonoproekt-dlya-legalizacii-kriptovalyut>. – Назва з екрана.

В. Д. Мотулько

студ. III курсу

спеціальність «Менеджмент ЗЕД»

Науковий керівник: к.е.н., доц. В. І. Борщ

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

В умовах сучасної економіки та компаній, що стрімко розвиваються, менеджерам з управління персоналом необхідно все більше часу приділяти формуванню привабливості підприємства для працівників. Зараз саме корпоративна культура стає великою цінністю та одним з механізмів залучення найкращих спеціалістів на робочі місця.

Успішність підприємництва та бізнесу полягає в правильній політиці корпоративної культури та філософії бізнесу, які формуються на основі аналізу трудових ресурсів.

Корпоративна культура організації поділяється на два організаційних рівня: (1) візуальний (візуальні коди, символи, слогани, фірмовий стиль); та (2) невізуальний (цінності та норми стратегії поведінки).

На першому (верхньому) рівні представлені такі видимі чинники, як одяг, символи, організаційні церемонії, робоча обстановка, тобто елементи культури, що мають зовнішній прояв. На другому (більш глибокому) рівні залучені цінності та норми, що визначають і регламентують поведінку працівників в організації [1, с. 298].

Цінності організації є ядром організаційної культури, на основі яких виробляються норми і форми поведінки в організації. Саме цінності, що розділяються і декларовані засновниками і найбільш авторитетними членами організації, найчастіше стають тією ключовою ланкою, від якої залежить згуртованість співробітників, формується єдність поглядів і дій, а, отже, забезпечується досягнення цілей організації [2, с. 24].

Формування корпоративної культури починається не тільки із окреслення базових цінностей організацій, які дають змогу досягнути її цілей і реалізувати місію, але й з визначення основних зовнішніх атрибутів. Зовнішні атрибути є видимими, наглядними і саме з них починається знайомство з організацією та поверхневе оцінювання її культури. Зовнішні атрибути корпоративної культури (артефакти) є неоднорідні і відображають різні аспекти функціонування підприємства, в т.ч. формальні й неформальні. Серед них виділяють: девізи, гасла, символи, організаційні ритуали, традиції, легенди, міфи, мову та інші [3, с. 60].

Задля дослідження та наочного прикладу корпоративних культур був проведений аналіз двох міжнародних компаній (табл. 1).

Табл. 1

**Порівняльний аналіз корпоративних культур
компаній Facebook та Google**

Критерії порівняння	Facebook	Google
1	2	3
Місія	«Зробити світ більш відкритим та сполученим»	«Організувати світову інформацію і зробити її універсально доступною і корисною»
Цінності	1. Будь хоробрим 2. Зосередьтеся на впливі 3. Швидко рухайся 4. Будь відкритим 5. Будуй соціальну цінність	1. Зосередьте всю увагу на користувача, а решта додається. 2. Краще робити щось одне, але робити це дуже і дуже добре. 3. Швидко – це краще, ніж повільно. 4. Демократія в Інтернеті є. 5. Не потрібно сидіти за комп'ютером, щоб отримати відповідь.

1	2	3
		6. Гроші можна заробити, не завдаючи шкоди. 7. Інформації завжди набагато більше, ніж може здатися. 8. Для пошуку інформації не існує кордонів. 9. Серйозним можна бути і без краватки. 10. Відмінно – це ще не межа.
Слоган	«Рухаємся швидко в стабільній інфраструктурі»	«Не будь злим», «Роби правильні речі»
Традиції	1. Сесія запитань Марку Цукербергу щоп'ятниці. 2. Хакатон для нових ідей 3. «Вільна від алкоголю година» щоп'ятниці	1. Можливість онлайн спілкування з засновниками 2. Google Awards 3. Googlefest 4. Проектні команди працюють в одному кабінеті 5. Щотижневі наради для обміну інформацією
Ритуали	1. 2G вівторок 2. «Ігровий день» 3. «Facereversary»	1. Шапка «Нуглер» для новеньких 2. Розсилка перед запуском нового продукту 3. Розсилка нових ідей 4. Techtalk
Дресс-код	Вільний	Вільний
Заохочення для робітників	1. Табір для нових працівників 2. Безкоштовна мультинаціональна їжа 3. Великі просторі офіси без дверей	1. 20% часу працівники працюють на свої інтереси 2. Можливість брати з собою на роботу собаку 3. Заохочення та безкоштовна їжа для молодих батьків 4. Піклування про родичів загиблих робітників

1	2	3
	4. Безлімітні відгу- ли 5. 21-днівна оплачуєма від- пустка 6. Матеріальні за- охочення для но- воспечених бать- ків 7. Розташування багатьох зруч- ностей в кампусі	5. Інтерактивні офіси 6. Безкоштовна безлімітна їжа 7. Розташування багатьох зруч- ностей на території кампусу

Джерело: сформовано на основі [4; 5].

На прикладах компаній «Facebook» та «Google» ми бачимо, яку важливу роль відіграє корпоративна культура у діяльності підприємства і що саме вона є одною з головних факторів конкурентоспроможності компаній у сучасності. Саме корпоративна культура сформувала сильне бажання багатьох молодих спеціалістів приєднатись саме до цих компаній та формування їх престижності серед інших. Порівнявши компанії, ми побачили, що в обох головною цінністю є людина та задоволеність працею працівників. Компанії мають багато спільних прийомів, але саме вони залишаються гігантами серед найкращих. Кожна з компаній намагається не просто піклуватись про своїх працівників, але й сприяти їх розвитку та повному використанню їх потенціалу, дозволяючи приділяти час не тільки роботі, але й додатковим проектам, родині, розвагам, спілкуванню один з одним, здоров'ю. Все це формує цінність, завдяки якій у «Facebook» та «Google» працюють найкращі спеціалісти світі, які створюють успіх компаній.

Список використаної літератури

1. Олійник С. У. Теорія та практика менеджменту персоналу [Текст]: підручник / С. У. Олійник. – Харків : Вид-во НУА, 2013. – 376 с.
2. Юрченко В. В. Корпоративна культура організації [Текст]: Навч.-метод. посіб. / В. В. Юрченко, Ю. В. Мельник, Н. В. Богданова. – К. : Центр перепідготовки та підвищення кваліфікації керівних кадрів Міністерства доходів і зборів України, 2014. – 44 с.
3. Захарчин Г. М. Корпоративна культура [Текст]: Навч. посіб. / Г. М. Захарчин. – Львів : НУЛП, 2011. – 317 с.

4. Офіційний веб-сайт компанії Facebook [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.facebook.com/>. – Назва з екрану.
5. Офіційний веб-сайт компанії Google [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.google.com/>. – Назва з екрану.

О. І. Павлов

студ. I курсу

спеціальність «Менеджмент ЗЕД»

Науковий керівник: к.е.н., доц. Н. М. Столбуненко

ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ВСТУПУ УКРАЇНИ В ЗОНУ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ

Протягом останніх років Україна взяла економічний курс у бік країн Європейського Союзу. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, політичну частину якої було підписано 21 березня 2014 р., а економічну – 27 червня 2014 р., відкривала багато перспектив співробітництва з розвиненими країнами континенту, надавала можливість підвищити свій економічний розвиток і також мала зміцнити позиції України у світовій системі міжнародних відносин. Однією з найважливіших угод, яка була укладена між Україною та Європейським Союзом, є Угода про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС.

Зона вільної торгівлі (ЗВТ) – тип міжнародної інтеграції, при якій в країнах-учасниках скасовуються митні збори і податки, а також кількісні обмеження у взаємній торгівлі згідно з міжнародним договором.

Україна з 2008 р. прагнула долучитись до ЗВТ з країнами Євросоюзу, оскільки має значний потенціал до зростання ринку, стабільні і високі темпи економічного розвитку, особливо в докризовий період. За сучасних умов ЄС розглядає Україну як постачальника переважно сировинної продукції. Відповідно до політичних тенденцій, у ЄС відбувається поступове розширення доступу українських виробників до єдиного внутрішнього ринку Союзу з огляду на розвиток демократії, політичних реформ, посилення ролі України як субрегіонального лідера [1].

Угода про зону вільної торгівлі України з ЄС набула чинності з 1 січня 2016 р. (далі – Угода). Положення цієї Угоди передбачені в розділі IV Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

ЗВТ передбачає лібералізацію торгівлі як товарами, так і послугами, лібералізацію руху капіталів та до певної міри – руху робочої сили.