

Таким чином в результаті маємо отримати сильну демократичну державу із самодостатнім місцевим самоврядуванням, що здатне ефективно вирішувати проблеми на місцях і продуктивно забезпечувати населення широким спектром публічних послуг.

#### Список використаних джерел

1. Агафошина М. П. Становлення та розвиток самодостатніх територіальних громад. *Інноваційний розвиток інформаційного суспільства: економіко-управлінські, правові та соціокультурні аспекти* : матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених (Чернігів, 22 грудня 2020 р.). Чернігів: ЧНТУ, 2020. С. 24-26.
2. М. П. Бутко. Біфуркаційний стан державотворчого ядра України в умовах реалізації євроінтеграційного курсу. *Економіка України*. 2017. № 10 (671). С. 49-64.
3. Одкровення лобіста місцевого самоврядування в рамках останніх ініціатив ОПУ та парламенту. URL: <https://zn.ua/ukr/interview/vikonavchij-direktor-amu-oleksandr-slobozhan-pered-prezidentom-rozihrujut-iljuziju-khoroshoji-komunikatsiji-z-mistsevimi-samovrjaduvannjam.html>.
4. Про схвалення концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01 квіт. 2014 р. № 333-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80#Text>.
5. Про співробітництво територіальних громад : Закон України від 17 черв. 20014 р. № 1508-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1508-18#Text>.
6. Про добровільне об'єднання територіальних громад : Закон України від 05 лют. 2015 р. № 157-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19#Text>.
7. Конституція України : Закон України від 28 черв. 1996 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>.

---

**Барбаш Г. В.**, здобувачка вищої освіти I курсу, група ММенп-201

Науковий керівник: **Попело О. В.**, д.е.н., доцент

*Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)*

#### ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Корпоративна культура базується на системі загальних цінностей, соціальних норм, символів та поглядів. Вона включає приклад живого лідерства, стосунків (з колегами, замовниками тощо), процес прийняття рішення - всі ці аспекти ґрунтуються на культурі компанії, яка поширюється на всі рівні її організації, від вищого керівництва до кожного працівника[1].

*Корпоративна культура та корпоративний успіх*

Позитивна корпоративна культура впливає на працівників: в ідеалі вони будуть більш задоволеними, а це означає, що вони будуть працювати краще і будуть більш вмотивованими. Більш того, якщо працівники відчують себе добре на своїх робочих місцях, вони рідше подають у відставку, що призводить до зниження витрат на підбір персоналу та підтримує процеси довгострокового оперативного планування компанії.

*Фактори, які формують корпоративну культуру*

Для будь-якої компанії культура має велике значення. Це впливає на роботу компанії, оскільки вона керує всім, від систем до переконань і цінностей. Якщо компанія не може правильно встановити цінності і методи, вона може стати повністю дисфункціональною. Розглянемо способи формування корпоративної культури

#### *1. Зосередження на дрібницях*

«Якщо ви не зосереджені на дрібних речах, ви не зосередитеся на важливих речах в житті». Це відноситься і до корпоративної культури. Дрібні речі мають значення, тому що, врешті-решт, вони впливають на важливі процеси, такі як прибуток або кінцеві продукти.

#### *2. Установка прикладу*

Якщо вище керівництво в компанії не буде подавати правильний приклад, це не приведе співробітників до вирішення питань та мотивації працювати на благо компанії, і вся культура вийде з ладу. Той факт, що людина займає більш високе положення, не означає, що можна розслабитися і не вносити свій вклад в підтримку культури. Якщо компанія хоче привести в рух певні практики і переконання, вона, безумовно, повинна починати з вершини. Будучи хорошим лідером, ви задаєте тон усій компанії[2].

Компанії двадцять першого століття стикаються з наступними проблемами:

*Глобалізація.* Учасники ринку діють глобально, іноді як частина складних мереж і на високих швидкостях. Як ринкова швидкість, так і складність в майбутньому, будуть швидше посилюватися, ніж послаблюватися.

*Демографія.* Люди працюють до пізнього віку, що створює нові проблеми для робочих місць і систем охорони здоров'я. У той же час молоде покоління очікує позитивного балансу між роботою та особистим життям і гнучким графіком роботи.

*Рівні можливості.* Незалежно від того, чи реалізується це через квоти або іншим чином, більшості компаній необхідно змінити свої структури і приймати різні кадрові рішення як в середньостроковій, так і в довгостроковій перспективі.

Ці фактори вимагають, щоб компанії переосмислили і змінили свої процеси і структури. Це, в свою чергу, може ініціювати зміни в культурі, оскільки будь-яка зміна поведінки також означає зміну цінностей[3].

#### *Причини, чому культура компанії важлива для успіху бізнесу*

Більшість лідерів згодні з тим, що корпоративна культура має вирішальне значення для успіху бізнесу, і все ж багато організацій намагаються досягти бажаної культури.

З прихильністю до змін культури будь-яка організація може змінити мислення і поведінку співробітників і реалізувати переваги своєї бажаної культури. Розглянемо чотири причини, чому корпоративна культура має велике значення для успіху бізнесу і що робить трансформацію культури дуже важливим завданням:

*Культура впливає на досвід співробітників.* Відмінна корпоративна культура підтримує інтерес співробітників і залученість їх у справу. Коли люди знаходяться в корпоративній культурі, в якій присутні багато важливих рушійних сил взаємодії, таких як визнання, підтримка менеджерів і можливості для навчання і розвитку, вони не тільки краще підготовлені до роботи в довгостроковій перспективі, а й більш залучені і віддані цілям компанії.

*Культура впливає на якість обслуговування клієнтів.* Культура, яка не орієнтована на клієнта, не зможе забезпечити виняткову якість обслуговування клієнтів. Однак, коли ви робите усвідомлені кроки по створенню культури, яка ставить клієнта в центр усього, що ви робите, якість обслуговування клієнтів поліпшується в кожній точці його шляху. Більш того, культура, орієнтована на клієнта, сприяє більш глибоким відносинам з клієнтами, що призводить до появи більш лояльних і задоволених клієнтів, що, в свою чергу, веде до більшого спільного успіху в бізнесі.

*Культура впливає на інновації.* Культура, орієнтована на безперервне навчання, дозволяє людям практикувати і відточувати своє творче мислення і навички вирішення проблем, що призводить до збільшення інновацій в компанії.

*Культура впливає на те, як співробітники керують змінами.* Незважаючи на те, що зміни є константою, яка впливає на кожен бізнес, організації, які розвивають культуру, в якій співробітники можуть успішно реагувати на зміни, з більшою ймовірністю досягнуть успіху в бізнесі.

Підготовка співробітників до змін – це, у першу чергу, надання чіткого бачення, плану і графіка змін, щоб співробітники могли краще розуміти, ставити запитання і бачити, як зміниться їх роль.

#### **Список використаних джерел**

1. Виханский О.С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - М.: МГУ, 2003. – 528 с.
2. Воронкова В. Г. Організаційна культура: концептуальне обґрунтування // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. - Запоріжжя, ша. - Випуск №10. -2002. -224 с. - С 41-54.
3. Воронкова В. Г. Управління як єдиний соціальний організм // Теорія і практика державного управління. - Вун. ft - X .: Вид-во ХарPI НАДУ "Магістр", 2004. - 212с- З 187-191.
4. Корпоративна культура: Навчальний посібник / Під заг. ред. Г. Л. Хаєта. - К .: Центр навчальної літератури, 2003 - С. 16-24.

---

**Вітер А. О.**, здобувачка вищої освіти 4 курсу, група Мен-171

Науковий керівник – **Самійленко Г.М.**, к.е.н., доцент

*Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)*

#### **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ SPA-ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ**

Посилення глобалізаційних процесів в світі сприяє розвитку багатьох сфер бізнесу, і одним з таких швидко зростаючих є Spa-індустрія. Аналіз світових тенденцій даного сектора економіки є актуальним завдяки своїй динаміці розвитку, широті географічного поширення, використанні інноваційних технологій та маркетингових інструментів [1].

Метою даного дослідження є вивчення та аналіз ринку Spa-індустрії, виявлення його основних світових та вітчизняних тенденцій та з'ясування перспективності розвитку.

Питанням формування, розвитку, функціонування та управління сфери Spa-індустрії в різних країнах світу займалися такі дослідників як М. Цимбал, А. Усін, Т. Кононенко, С. Вард, Дж. Фануззі тощо.

Сьогодні одним з найрозповсюдженіших видів відпочинку в світі є SPA туризм, який призводить до покращення не тільки фізичного, але й духовного самопочуття та поєднує в собі оздоровчі процедури, косметичних догляд за шкірою та тілом, заняття спортом, медитацію тощо.

Фірми, які надають SPA послуги, можна поділити, по-перше, на клубні SPA (фітнес-центри, салони краси тощо) та курортні SPA (SPA готелі, SPA круїзи тощо). Компанії першого типу переважно розташовуються у великих містах (Київ, Харків, Одеса, Дніпро тощо) з великою кількістю постійних клієнтів. Другий тип фірм розміщуються в курортних