

соціально-економічну політику, тоді остання розробляється на основі державної політики регіону, виходячи з принципів і базових підходів до регулювання потенціалу регіону. Такий самий принцип має діяти при впровадженні антикризових заходів у державі.

Таким чином можна зробити **висновок**, що управлінські рішення, що приймаються державою в кризу мають ґрунтуватися на принципах стимулювання економік всіх регіонів. Не може бути ситуації, при якій впроваджуються програми розвитку регіону, які стимулюють використання економічного потенціалу одного регіону з обмеженням інших, чи не враховуючи інтереси державі в цілому.

#### **Список використаних джерел**

1. Оцінка ефективності використання економічного потенціалу. О.М.Тищенко, К.: ВНТУ, 2004, - 350
2. Електронний словник економічних термінів: [http:// slovari.yandex.ru/](http://slovari.yandex.ru/)
3. Советский энциклопедический словарь/ Под ред. А.М. Прохорова. – 4-е изд.- М.:Советская энциклопедия, 1988. – С. 1046
4. Дьомін О.О. Методологічні основи регулювання потенціалу економічного розвитку регіону: Дис. К.е.н.: 08.02.03. – Х., 2004. – 264 с.
5. Договор о Европейском Союзе. Консолидированная версия. М., 2000. 297 с.

***Annotation.** In the article to consider the question of theoretical determination of mechanism of management of region economic potential. Basic principles are certain mechanism of management of region economic potential at the level of region and state.*

***Key words:** economic potential, management mechanism, region, management principles.*

**25**

**УДК 658.012.32**

**О.О. Білецька, аспірант, Хмельницький національний університет**

### **ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

*У статті узагальнено теоретичні підходи до розуміння організаційної культури підприємства як складової нової парадигми менеджменту. На основі критичного аналізу і узагальнення здійснена систематизація поглядів на концепцію організаційної культури як об'єкту управління. Виділено основні поняття організаційно-культурного підходу в системі управління підприємствами, узагальнено наукові підходи до розуміння цих питань.*

**236**

**Ключові слова:** організаційна культура, культура управління, предмет культури управління.

**Постановка проблеми.** Термін “організаційна культура” з’явився в науковій літературі на початку 70-х ХХ століття, хоча початки своїх витоків вона бере ще з 50-х років минулого століття. Посилений інтерес науковців до проблеми організаційної культури як об’єкту управління підприємством відмічається два останніх десятиліття. Аналіз наукових праць з даної проблематики свідчить про те, що серед „просвітителів” феномену організаційної культури існують значні відмінності, а тому понятійно-категоріальний апарат з даного наукового напрямку ще остаточно не сформульовано. У зв’язку із цим, постає гостра потреба у систематизації існуючих поглядів на проблему організаційної культури з метою формування усталеного і однозначного її розуміння та трактування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В даний час проблемою організаційної культури займаються багато вчених. Серед зарубіжних можна виділити таких як: К. Камерон, Р. Куїнн, Т. Діл, А. Кеннеді, Д. Денісон, Е. Шейн, Ч. Хенді, Г. Хофстед –які досліджують оцінку і управління організаційною культурою. Підвищення інтересу до цієї проблематики пояснюється тим, що організаційна культура визначає “стратегію, цілі і моделі діяльності будь-якої компанії” [8]. Варто зауважити, що в Росії проблема організаційної культури також досліджується достатньо широко такими науковцями, як В. Співак, А. Радугін, М. Магура, М. Курбатова, В. Коновалова, І. Ладанов. Український масив досліджень проблеми організаційної культури лише започатковується, а тому не має досить системного характеру. В даний час проблемою організаційної культури займаються такі українські вчені, як Г. Дмитренко, Кириченко, Т. Максименко, С. Оборська, О. Синицька, З. Шершньова, Е. Шарпова, В. Усачева, Г. Хаєт та ін. Зокрема, О. Синицька займається вивченням особливостей корпоративного управління підприємствами [4].

**Об’єкти та методика досліджень.** Об’єктом дослідження є система наукових і практичних підходів до розуміння суті організаційної культури як об’єкта управління підприємствами. В процесі дослідження використовуються такі методи пізнання: монографічний, системний підхід, метод аналізу.

**Виклад основного матеріалу.** На початку третього тисячоліття особливо гостро відчувається значний вплив глобалізації, інтернаціоналізації та інтеграційних процесів, які охоплюють весь світ. Наявність гуманістичних та демократичних тенденцій у функціонуванні сучасних організацій щодо філософії праці, нових технологій, нових цінностей управлінської взаємодії зумовила переорієнтацію організацій на нові механізми діяльності. Більшість сучасних організацій дійшла висновку, що досягнення успіху стало складним без врахування людського потенціалу та певних «прихованих» механізмів організаційного середовища, які об’єднують людей в єдину команду і дозволяють їм працювати для досягнення спільної мети. Тому в сучасному менеджменті

об'єктом управлінської діяльності вважаються не окремо процеси, технології, структури, люди та їхня діяльність, а організаційна культура і її особливості як об'єднуючий фактор цих процесів у межах кожної організації.

Дослідження організаційної культури (як явища) у світовій теорії і практиці управління почали розвиватися в рамках гуманістичного підходу до організації та управління персоналом в ній, де основним завданням управління вважається адаптація організації до зовнішнього середовища і його подальша зміна за допомогою розвитку організаційної культури, яка допомагає впливати на діяльність організації через встановлені цінності, норми, традиції, мову тощо; озброює керівників спеціальною системою понять, яка робить щоденне керівництво людьми осмисленим і зрозумілим. У рамках гуманістичного підходу до управління важлива роль належить культурному контекстові управління персоналом і ефективний організаційний розвиток розглядається як не тільки «зміна структур, технологій і навичок, але й зміна цінностей, які лежать в основі спільної діяльності людей» [3, с. 95].

Організаційна культура безпосереднім чином є частиною культури управління підприємством, адже остання уособлює, як краще, з урахуванням економічних та інших тенденцій розвитку об'єкта управління, застосувати адекватну йому достатньо ефективну управлінську систему, структуру.

Культура управління – це теорія управління як важливої соціальної функції – свідомого і владного, з застосуванням новітніх досягнень культури організації, впливу як на окремих людей, так і на всю людську спільноту, що проводиться заради досягнення чітко визнаної конкретної мети; це теорія закономірностей комплексного, системного підходу до вирішення управлінських проблем, що займається управлінням на універсальному організаційному баченні об'єкта управління. Перед нею стоїть завдання створити такий управлінський світогляд кожного керівника, який здатний піднести його до висот сучасної професійної культури [1, 7].

Предмет культури управління включає в себе завдання управлінням-практикам освоїти різні методи вирішення усіх можливих організаційно-управлінських проблем; навчити їх ставити мету й науково достовірно аналізувати труднощі, що заважають її реалізації; показувати їм, як треба оцінювати переваги чи недоліки прийнятих управлінських рішень. До предмета культури управління, як і до організації культури, відносяться питання технологічного характеру, способи отримання і переробки інформації, визначення чисельності необхідних працівників апарату управління, підбір та розстановка кадрів, їх виховання, атестація тощо [3].

Організаційна культура – могутня сила, яка може працювати на організацію або проти неї. Організація, а це може бути підприємство, фірма чи корпорація, як люди чи нація, набуває досвіду протягом свого розвитку, що акумулюється в колективній підсвідомості. Це визначає організаційну поведінку людей шляхом настанов, приписів, заборон, закодованих послань [6].

Російські вчені О.С. Віханський і А.І. Наумов, використовуючи те спільне, що властиве більшості визначень, узагальнюють: організаційна культура – це набір найважливіших припущень, що сприймаються членами організації і отримують вираження в заявлених організацією цінностях, які визначають людям орієнтири їх поведінки і дій. Це «символічні» засоби духовного і матеріального внутрішнього оточення [2].

Організаційна культура, як зазначено в короткому енциклопедичному Довіднику з соціології під редакцією В.І. Воловича, – специфічне поєднання цінностей, відносин, норм, звичок, традицій, форм поведінки і ритуалів, які існують в організації. В межах теорії менеджменту, організаційна культура розглядається як потужний стратегічний інструмент, що дає змогу орієнтувати всі підрозділи організації і окремих осіб на спільні цілі; мобілізувати ініціативу співробітників, виховувати відданість організації поліпшувати процес комунікації, поведінку, а отже бути своєрідним об'єктом управління [5].

**Висновки.** Слід узагальнити, що організаційна культура, завдяки своїй феноменальності є ідеологією управління, яка охоплює всі сфери життєдіяльності підприємства. Проте, в даний час ми маємо суперечність між загальним розумінням важливості ролі організаційної культури в забезпеченні успішної діяльності підприємства і організації, об'єктивною необхідністю формування організаційної культури на підприємствах та відсутністю технології, за допомогою якої можна це практично здійснити.

**Перспективи подальших досліджень.** Подальші дослідження будуть направлені на вивчення, узагальнення і вдосконалення методик оцінки організаційної культури підприємств.

#### Список використаних джерел

1. Белоліпецький В., Павлова Л. Етика и культура управления: Учебно-практическое пособие. – М.: ИКЦ "МарТ", 2004. – 384с.
2. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент.- М.: Гардарики, 2001.- 528 с.
3. Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.- 423 с..
4. Синицька О.І. Корпоративне управління підприємством як система формування особистих потреб персоналу// Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки.- Том 2. – Хмельницький: ХНУ, 2007. – С. 83-87.
5. Соціологія праці та управління: Термінологічний словник-довідник / Під заг. ред. В. І. Воловича. – К., 1998.-736с.
6. Чепак В. Організаційна культура / В. Чепак // Соціологічна енциклопедія; уклад. В.Г. Городяненко.- К: Академвидав, 2008.-с. 260
7. Щёкин Г.В. Теория и практика управления персоналом. - Киев: МАУП, 1998.-348с.
8. Schein, E.H. The corporate culture survival guide.- San Francisco, CA: Jossey-Bass, 1999.

**Annotation.** *In the article generalized the theoretical going is near understanding of organizational culture of enterprise as component new paradigm of management. On the basis of walk-through and generalization realizable systematization of looks is to conception of organizational culture as to the management object. Basic concepts are selected organizationally cultural to approach in control system by enterprises, generalized scientific going near understanding of these questions.*

**Key words:** *organizational culture, management culture, subject of management culture.*

26

УДК 339.138:368

**К.В. Войтович**, аспірант, Державний вищий навчальний заклад Української академії банківської справи Національного банку України, м. Суми

## **РОЗВИТОК ТОВАРНОГО АВТОКРЕДИТУВАННЯ ТА ЙОГО ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ СТРАХОВОГО МАРКЕТИНГУ**

*У статті розглянуто сутність товарного кредиту, значення його розвитку в сучасних умовах для страхових компаній. Запропонована схема взаємодії при товарному автокредитуванні. Досліджено вплив розвитку товарного кредитування на ефективність функціонування системи страхового маркетингу.*

**Ключові слова:** *страховий маркетинг, страхова послуга, товарне автокредитування, товарний кредит.*

**Постановка проблеми.** З початком фінансової кризи, банки зіткнулися з проблемою гострої нестачі ресурсів, що підсилилася ростом рівня непереносності кредитів. Все це призвело до майже повної зупинки споживчого кредитування, у тому числі автокредитування. Водночас значно скоротилися обсяги продажів автомобілів, оскільки доступ до кредитних ресурсів для покупців був перекритий, а значних обсягів вільних грошей небагато. Все це призвело до появи програм товарного автокредитування, та відкриття для страховиків перспектив налагодження нового каналу продажів.

**Дослідження останніх публікацій.** Поняття товарного кредиту не є новим явищем в економіці. Його основні характеристики досліджувалися такими авторами як: Дмитренко М.Г., Білоусов Л.Ю., Демківський А.В., Пономаренко О.І. та інші. В мережі Інтернет є багато прикладів діючих програм автокредитування, які пропонуються офіційними автодилерами та доступні для звичайних споживачів у багатьох автосалонах.