

свідчить про наявність в Україні дуже суттєвих диспропорцій регіонального розвитку страхування [2].

Отже, було виявлено, що на сучасному страховому ринку має місце низький рівень страхового покриття у регіонах країни. Саме тому, на нашу думку, ефективною маркетинговою стратегією можна визначити проникнення страхових компаній в регіони, в яких, за даними проведеного дослідження, функціонує найменша кількість страхових компаній. Проте, розвиток регіонального страхового ринку може дійсно успішним лише за умови вироблення й послідовної реалізації науково обґрунтованої політики, що утілюється в інтересах всіх потенційних учасників регіонального страхового процесу: страхувальників, страховиків, регіональних органів влади та держави.

Подальше дослідження повинно ґрунтуватися на вивченні кон'юнктури страхового ринку, а також попиту і вимог споживачів, в залежності від регіону діяльності.

Список літератури: 1. В.М.Шумейко, О.А.Токар. *Маркетингові аспекти страхової діяльності*/ Механізм регулювання економіки, 2009, №3, т.2 - с.92. 2.Н.Д.Бобринська. *Маркетинг у системі управління страховою компанією* / Формування ринкової економіки. 2011. № 25. 3. *Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг* / Електронний ресурс . -<http://www.dfp.gov.ua/>

ТУЧІНА Ю.С., студент Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля

РУБЕЖАНСЬКА Ю.О., студент Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля

САЛОГУБОВА В.М., доцент Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Розвиток персоналу є найважливішою умовою успішного функціонування будь-якої організації. Це особливо важливим є в сучасних умовах, коли науково-технічний прогрес значно прискорює старіння професійних знань і навичок. Невідповідність кваліфікації персоналу потребам компанії негативно позначається на результатах її діяльності. Тому, корпоративна культура може слугувати потужним інструментом підвищення загального рівня персоналу в організації [1].

Корпоративна культура – це система цінностей та переконань, які розділяє кожен працівник фірми та передбачає його поведінку, обумовлює характер життєдіяльності організації.

Корпоративна культура виявляється у філософії та ідеології управління, ціннісних орієнтаціях, очікуваннях, нормах поведінки. Корпоративна культура регламентує поведінку людини і дає можливість прогнозувати її реакцію в критичних ситуаціях.

Сучасна ситуація управління трудовими ресурсами в Україні є результатом існування проблем та суперечностей, які тривалий час не вирішувались та продовжують загострюватися. Це незбалансованість існуючих трудових ресурсів та робочих місць та економічна діяльність, що орієнтується на короткий строк.

В даний час в українських наукових і ділових колах не сформувалася єдиної думки про корпоративну культуру та її ролі у забезпеченні ефективності управління персоналом. Роботи соціологів свідчать про те, що: 55% сучасних українських керівників вважають, що вона повинна бути на підприємстві; 40% наших підприємців намагаються сформувати її за допомогою західних технологій; 35% визнають необхідність її наявності в своєму підприємстві, але для цього у них не вистачає часу та ресурсів; 25% взагалі вважають її непотрібною [2].

На багатьох підприємствах України система відтворення, навчання та підвищення кваліфікації персоналу не отримує достатнього фінансування. Сучасний якісний склад і рівень оплати праці менеджерів з персоналу не відповідають завданням реалізації активної кадрової політики. Отже, з розвитком ринкових відносин в економіці України, нових форм і методів господарювання, актуалізується і проблема удосконалення системи управління персоналом підприємств [3].

Отже, високоякісний та конкурентоспроможний персонал є основою, успішної та ефективної діяльності на ринку, основним джерелом конкурентних переваг підприємства. Тому заходи з розвитку персоналу, що сприяють підвищенню якості робочої сили, є важливою умовою успішної діяльності будь-якої організації. Відомо, що підприємство процвітає настільки, наскільки грамотно воно залучає, зберігає та розвиває свої кадри.

Процес формування сучасної корпоративної культури в нашій країні потребує зусиль усіх суб'єктів господарювання, постійної клопіткої діяльності в цій сфері, що є великим простором для подальших досліджень.

Список літератури: **1.** Назарова Г.В. Корпоративне управління: Навч. посібник. – Х.: Еспада, 2003. – 531с. **2.** Савчук Л., Бурлакова А. Развитие корпоративной культуры в Украине // Персонал. – 2008. – №5. **3.** Інструменти активізації роботи персоналу. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/13_EISN_2012/Economics/6_109809.doc.htm

ПЕТРИНКА В. Ю., аспірант кафедри економіки та безпеки підприємства, Східноєвропейський національний університет ім. Л. Українки

СИСТЕМА ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ, ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Поняття енергетичного менеджменту є синонімом управління енергоспоживанням. Шляхом впровадження енергоменеджменту можна отримати більш детальну картину споживання енергоресурсів, що дає змогу оцінити проекти з енергозбереження, які планують впроваджувати на підприємствах. Застосування енергетичного менеджменту на підприємствах є інноваційним рішенням, яке пов'язане з модернізацією існуючих методів управління, а також самої психології управління енергоспоживанням та енерговитратами [1, 2].

На сьогоднішній день стандартизацією у сфері енергоменеджменту займається Технічний комітет ISO/TC 242 «Енергоменеджмент» при міжнародній організації зі стандартизації. У 2011 р. була прийнята остаточна версія стандарту ISO 50001:2011 «Energy management systems - Requirements with guidance for use» [3], де розкрито методологію системи енергетичного менеджменту. Водночас Україна акцентує увагу лише на великих промислових підприємствах, коли високорозвинуті країни застосовують стандарти для всіх типів підприємств (великих та малих, державних та приватних).

Українські промислові підприємства традиційно звертають увагу на задоволення потреб виробничого процесу в енергії і не надають особливого значення ефективності її використання. Водночас, зарубіжний досвід свідчить, що промислові компанії реально знизили витрати на енергоресурси на 30 % і більше, коли приділяли значну увагу енергоменеджменту на підприємстві [3].

Ми вважаємо, оскільки на промислових підприємствах здебільшого відсутні енергослужби, то необхідно використовувати