

– загальна автоматизація облікових процесів, що веде до зменшення помилок та більш врегульованого обліку;  
– удосконалення системи внутрішнього контролю.

Забезпечення проведення ефективного процесу обліку та контролю над формуванням та зміною виробничих запасів підприємства має велике значення, особливо де зосереджуються потоки матеріальних цінностей. Здійснення діяльності підприємств та організацій у сучасних мінливих умовах вимагає розробки і впровадження нововведень із фінансового обліку виробничих запасів. Це зумовлює необхідність дослідження сучасних особливостей фінансового обліку виробничих запасів вітчизняних підприємств із метою досягнення найбільш ефективних результатів діяльності [14].

### Список використаних джерел

1. Садовська І. Б. Бухгалтерський облік [текст] : навч. посіб. / І. Б. Садовська, Т. В. Божидарнік, К. Є. Нагірська. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 688 с.
2. Ринзак Ю. Проблеми обліку виробничих запасів на підприємствах України / Ю. Ринзак // Сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, контролю та аналізу. – 2015. – с.113. Режим доступу: <http://nung.edu.ua/files/attachments/zbirnik-tez.pdf>
3. Романець В. Шляхи удосконалення обліку виробничих запасів [Електронний ресурс] / Романець В., Дуганець Н. / Режим доступу: [http://sophus.at.ua/Zb\\_KM\\_04\\_2014.pdf](http://sophus.at.ua/Zb_KM_04_2014.pdf)
4. Левченко О.П. Шляхи удосконалення організації обліку виробничих запасів / О. П. Левченко // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – № 4. – С. 266–270. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau\\_2014\\_](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2014_)
5. Жолнер І.В. Фінансовий облік за міжнародними та національними стандартами. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» затверджене Наказом Міністерства фінансів від 20.10.1999 року № 246. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>
7. Гура І.О. Облік видів економічної діяльності: Навч. посіб. – К.: Знання, 2004; 541с.
8. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік: Підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів / За ред.проф.Ф.Ф.Бутинця.–7вид.,доп.і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2006. – 756с.
9. Бухгалтерський фінансовий облік:теорія та практика: Навчально-практичний посібник / Ф59 Н.І. Верхоглядова, В.П.Шило, С.Б.Ільїна та ін.–К.:Центр учбової літератури, 2010.–536с.
10. Ізвєкова І.М. Організація обліку виробничих запасів в умовах промислового підприємства [Електронний ресурс]/ Ізвєкова І.М, Кузаєва А. О.// Збірник наукових праць «Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки» 12 – 13 квітня 2016 р / Режим доступу: [https://nmetau.edu.ua/file/part\\_5.pdf](https://nmetau.edu.ua/file/part_5.pdf) .
11. Кононенко В.А. Облік виробничих запасів: сучасний стан та напрямки вдосконалення/[Електронний ресурс]/ Кононенко В.А., Цупаленко Ж.П.//Науковий вісник Херсонського державного університету – 2016. – Випуск № 16. – Част. 1 / Режим доступу: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_16/1/38.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_16/1/38.pdf).
12. Лень В.С. Бухгалтерський облік в Україні: основи та практика: 3-тє видання.Навч.пос / В.С.Лень, В.В.Гливенко – К.:Центр учбової літератури, 2008.–608с.
13. Романець В. Шляхи удосконалення обліку виробничих запасів/ Романець В., Дуганець Н.// Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. Міжнародний збірник наукових праць. – 2014. – Випуск 2; Режим доступу: [http://sophus.at.ua/publ/2014\\_04\\_17\\_18\\_kampodilsk/sekcija\\_2\\_2014\\_04\\_17\\_18/shljakhi\\_udoskonallennja\\_obliku\\_virobnichikh\\_zapasiv/52-1-0-895](http://sophus.at.ua/publ/2014_04_17_18_kampodilsk/sekcija_2_2014_04_17_18/shljakhi_udoskonallennja_obliku_virobnichikh_zapasiv/52-1-0-895)
14. Щукіна С.Г. Шляхи вдосконалення фінансового обліку виробничих запасів на підприємствах [Електронний ресурс] – Збірник наукових праць Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – 2016. – Випуск 12 – с.548. Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/12-2016/113.pdf> .

УДК: 658.5:330.

В.М. МАРЧЕНКО,  
д.е.н., НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського»

## Економічність сутність понять «цінність» та «управління цінностями»

*В статті розглянуто сутність категорії «цінність», сформовано економічну сутність понять «цінність корпорації» та «управління цінностями». Сформовано систему цінностей корпорації, досліджено їх відповідність меті та плану розвитку корпорації. Ідентифіковано носіїв та джерела формування цінностей корпорацій.*

*Проведено аналіз розвитку поняття «управління цінності» в теорії управління.*

**Ключові слова:** цінності, цінності корпорації, управління за цінностями, корпорація.

## Економічність сутність понять «цінність» и «управление ценностями»

*В статье рассмотрено сущность категории «ценность», сформировано экономическую сущность понятия «ценность корпорации» и «управление ценностями». Сформирована система ценностей корпорации, исследованы их соответствие целям и плану развития компании. Идентифицировано носителей и источники формирования ценностей корпораций.*

*Проведен анализ развития понятия «управление ценностями» в теории управления.*

**Ключевые слова:** ценности, ценности компании, управления по ценностям, корпорация.

V. MARCHENKO.

*doctor of science, NTUU Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute*

## Economic essence of the concepts of «value» and «management of values»

*The essence of the category of «value» is investigated in the article, the economic substance of the concepts of «corporate value» and «management of values» is formed. The system of values of the corporation is formed, their compliance with the purpose and plan of the corporation is investigated. The media and sources of corporate values are identified.*

*The analysis of the concept of «management of values» in management theory is conducted.*

**Keywords:** values, the values of the corporation, management of values, corporation.

**Постановка проблеми.** Особливістю нинішнього етапу розвитку економіки є міждисциплінарні дослідження економічних явищ та процесів. Так, в економіці стрімко ввійшли нові наукові підходи до дослідження з властивими їм категоріями, методиками та процесами, зокрема до найбільш відомих слід віднести синергетична економіка, еконофізика тощо. Окрім того, в економіці набули широкого поширення використання філософських категорій, одні з яких дублюють відомі в економіці поняття, а інші деталізують, уточнюють або дозволяють змінити ракурс економічних досліджень. До останніх слід віднести поняття «цінність бізнесу», «ціннісне управління», «ланцюг цінності», які розглядаються як економічні поняття та є складовими позиціями при розробці програмних документів корпорацій.

Системи управління на основі реалізації цінностей бізнесу, набули поширення у США, починаючи з 1980-х, в Європі — з 1990-х років.

Попри широке використання понять «цінність бізнесу», в економіці до сих пір не існує чіткого визначення суті даного поняття.

**Мета статті.** Дослідити сутність категорії «цінність» та уточнити економічний зміст понять «цінність корпорації» та «управління цінностями».

**Виклад основного матеріалу.** Цінність, як науковий термін, був введений у науковий обіг у 60-х роках XIX ст. Аристотелем. В філософському розумінні цінності — це специфічні соціальні визначення об'єктів навколишнього світу, що виявляють їх позитивне або негативне значення для людини і суспільства (благо,

добро, зло, чудове і потворне, що втілюються в явищах суспільного життя або природи) [7]. В психологічному аспекті цінність — особлива значущість речей, явищ, процесів, ідей для життєдіяльності суб'єкта, його потреб та інтересів, форма прояву людиною різноманітного ставлення до предметів, явищ, подій [9].

Більшість сучасних досліджень поняття «цінність бізнесу» розкривають, виходячи з психологічних або управлінських положень розвитку персоналу компанії.

Для розуміння необхідності використання поняття «цінності» в економіці слід визначити їх місце в економічних явищах та процесах. Соціальна філософія відводить цінностям основоположне місце на етапі задуму будь-якої діяльності, подаючи етапи реалізації задуму як етап формування мети, цінностей і плану [7].

Мета — це стан в майбутньому, котрий можливо змінити відносно теперішнього стану або бажаний стан як результат використання його потенціал

На основі аналізу декларованих програмних документів підприємств мета їх діяльності трактується як: досягнення лідерства на ринку, стійкі конкурентні позиції на ринку, прибутковість діяльності.

План — програма діяльності корпорації для досягнення поставленої мети.

В даному логічному взаємозв'язку мета-план цінності виступають як оцінені пріоритети діяльності корпорації, які дозволяють досягти мети.

Щодо поняття «цінності», то в економічній науці не набуло широкого трактування його сутності. Здебільшого під корпоративними цінностями трактується система основних принципів і постулатів діяльності

корпорації, установок, які визначають важливі напрями в функціонуванні бізнесу [4].

Цінність тісно взаємопов'язана з метою діяльності корпорації, оскільки є вихідною ключовою характеристикою при постановці мети діяльності корпорації.

Цінність – це інструмент інтерпретації мети для виконавців та інших учасників. Цінності створюють умови для досягнення мети. Цінність це деталізована мета діяльності підприємств, яка показує ринку, чим компанія відрізняється від конкурентів, у чому її ключова перевага [6].

Відповідно до даної підпорядкованості, цінності мають бути продиктовані метою діяльності корпорації. Кожній меті діяльності корпорації має відповідати своя система цінностей (табл. 1).

Кожна із задекларованих цінностей корпорації реалізується через матеріальні, нематеріальні, грошові, соціальні носії цінності корпорації (табл. 2).

Оскільки корпорація є відкритою системою, діяльність якої забезпечує сукупність зацікавлених осіб, серед яких основними є власники, працівники, постачальники, споживачі (клієнти), кредитори, держава,

то цінність корпорації реалізується через цінності для кожної із груп зацікавлених осіб (табл. 3).

За даними проведеного аналізу корпоративних сайтів українських підприємств можна зробити висновок про неоднозначність та широке розмаїття формулювання системи цінностей корпорацій України. Так, система корпоративних цінностей ПрАТ «Компанія Ензим» складається з наступних пріоритетів:

- стійка компанія, яка формується завдяки високому рівню управлінських компетенцій ТОП-менеджерів та професійності працівників, чіткому баченню розвитку напрямків бізнесу на основі місії компанії, узгодженої стратегії, розвитку тих напрямків чи продуктів, для яких вона має достатньо досвіду, компетенцій і ресурсів;

- високі стандарти, які реалізуються шляхом забезпечення відповідності стандартам якості та безпечності;

- позитивна репутація, лідерські позиції у виробництві якісних та безпечних дріжджів на українському ринку, відповідальність і порядність у стосунках з партнерами по бізнесу, споживачами, працівниками і суспільством загалом;

**Таблиця 1. Співвідношення мети та цінностей корпорації**

Мета діяльності	Цінності корпорації
Досягнення лідерства на ринку	Здатність до адаптивності та інноваційності
Стійкі конкурентні позиції на ринку	Здатність підтримувати конкурентні переваги корпорації
Прибутковість діяльності	Здатність сформувати споживчу цінність товару

**Таблиця 2. Джерела формування цінності корпорації**

Носії цінності	Джерело формування цінності
Матеріальні	Інноваційні технології Унікальні ресурси Стратегічні ресурси
Нематеріальні	Виключні права користування ресурсами Виключні права користування технологіями Монопольна частка ринку Імідж корпорації
Інтелектуальні	Унікальні знання, вміння
Соціальні та екологічні	Соціальна орієнтація діяльності Соціальні проекти Екологічні проекти

**Таблиця 3. Цінності корпорації для зацікавленої особи**

Зацікавлені особи	Цінності корпорації для зацікавленої особи
Власники	Здатність до зростання ринкової вартості Здатність до виплати дивідендів
Працівники	Здатність до виплати заробітної плати Здатність реалізації професійного зростання працівника Здатність соціальної реалізації працівника
Постачальники	Здатність до придбання матеріально-товарних цінностей
Споживачі	Здатність до задоволення потреб споживачів у товарах та послугах належного асортименту, якості та відповідної ціни
Кредитори	Здатність до виконання умов кредитного договору
Держава	Здатність до виконання зобов'язань перед державою (сплати податків) Здатність до підтримання відповідного рівня зайнятості Здатність до розвитку та підтримання соціальної інфраструктури Здатність до підтримання екологічного стану регіону

## СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

- команда, яка орієнтується на результат;
- можливості професійного розвитку і вдосконалення [3].

Корпоративні цінності компанії ТНК–BP полягають в наступному:

- «лідерство як здатність поставити чіткі, амбіційні цілі і вести за собою для їх досягнення;
- результативність як постійне досягнення поставлених цілей найбільш ефективним способом і з урахуванням можливих ризиків;
- безпека як ведення бізнесу без загрози життю людей та навколишньому середовищу, без надзвичайних ситуацій;
- добросовісність як чесне і відповідальне відношення до себе, своєї роботи, колегам, суспільству в цілому і навколишнього середовища» [1].

Для комунальної корпорації «Дрогобичводоканал» цінності діяльності полягають у наступному:

- «відповідальність перед майбутніми поколіннями, яка реалізується через бережливе і економне використання природних ресурсів;
- відповідальність перед споживачами завдяки впровадженню сучасних інноваційних технологій в галузі водопідготовки та водовідведення з метою забезпечення населення якісною питною водою;
- інформаційна прозорість і відповідальність перед суспільством, що передбачає інформаційну відкритість діяльності корпорації, вільний доступ до сучасного стану та історії корпорації, активна взаємодія з засобами масової інформації, освітніми та науковими закладами, громадськими і екологічними організаціями» [5].

Аналіз основних цінностей досліджуваної вибірки корпорацій дозволяє зробити висновок про отождошення понять «цінності» та «принципи» діяльності корпорації. Така підміна понять обумовлена філософською природою категорії «цінність», яка і забезпечила використання даного поняття в системі інструментів формування філософії бізнесу, яка реалізується у внутрішньокорпоративних програмних документах, таких як Принципи корпоративного управління, Корпоративна культура, Соціальна відповідальність бізнесу тощо, які, в свою чергу, реалізують принципи прозорості, відкритості, інформаційної об'єктивності у розвитку корпорації.

Отже, на основі теоретичного узагальнення існуючих трактувань поняття «цінності», економічна сутність «цінності корпорації» полягає у здатності корпорації задовольнити потреби й інтереси всіх зацікавлених осіб шляхом реалізації внутрішніх пріоритетів розвитку.

Цінність корпорації є динамічним поняттям, яке має тенденцію до зміни в залежності від направленості впливу факторів зовнішнього середовища та внутрішнього потенціалу корпорації. Зміна мети діяль-

ності впливає на зміну цінностей корпорації. Оскільки будь-які зміни в корпорації є наслідком зовнішнього впливу або результатом управлінських дій, тому в теорію управління корпораціями увійшло поняття «управління цінностями» корпорації. В більшості наукових досліджень управління цінностями розглядається як процес управління людськими ресурсами. Таке управління цінностями «включає в себе виявлення, формування і культивування цінностей, які, з одного боку, відповідають стратегії компанії, з іншого боку, поділяються тими, хто є людський ресурс реалізації обраної стратегії» [10].

В книзі «Управління на основі цінностей» Долан і Гарсія виділяють 5 кроків впровадження системи управління цінностями, які базуються на лідерстві, формуванні команди односторонніх, розробці стандартів реалізації цінностей, впровадження змін та аудит додержання нових цінностей [2].

К. Харський, який є сучасним ідеологом ціннісного управління, в книзі «Управління цінностями» [8] дає наступне визначення даного поняття «це розуміння і розстановка пріоритетів, явне і специфічне узгодження зусиль всередині компанії, пошук і прийняття таких пріоритетів, які забезпечать компанії досягнення її цілей».

На основі узагальнення поняття «цінності корпорації» та з урахуванням сутності поняття «управління», «управління цінностями» можна трактувати як процес впливу на систему цінностей корпорації з метою реалізації здатності корпорації до забезпечення потреб у її функціонуванні.

Оскільки цінність корпорації є поняттям багатограним, яке формується в залежності від очікуваного джерела його реалізації, тому і управління цінностями є комплексним процесом впливом на сукупність його носіїв з метою реалізації мети діяльності корпорації. Носії цінностей корпорації мають різну форму та різні властивості, тому і інструменти управлінського впливу на них з метою досягнення визначеного стану є різними.

### Висновки

В класичному розумінні менеджменту як керівництва, як процесу побудови організаційної структури впливу на персонал з метою реалізації мети діяльності корпорації, управління цінностями розглядається як управління людськими ресурсами. З підходів розуміння управління як цілеспрямованої дії на об'єкт з метою зміни його стану, управління цінностями слід розуміти як систему дій, спрямовану на реалізацію цінностей корпорації для всіх зацікавлених осіб. Цінність корпорації для зацікавленої особи є здатністю корпорації задовольнити потребу в необхідності її функціонування.

Управління за цінностями дозволяє сформувати ефективну систему стратегічного управління корпо-

рацією, здатної забезпечити розвиток та стійкі позиції на ринку, є основоположним інструментом побудови її корпоративної культури.

Формування системи цінностей та управління корпорацією з метою їх реалізації призводить до інтеграції і консолідації зусиль всіх зацікавлених сторін, оптимізації використання всіх потенційних ресурсів корпорації, а як наслідок досягнення мети діяльності корпорації.

#### Список використаних джерел

1. Гайдай Ю.В., Шеремета Я.І. Культура та цінності корпорації – основа стратегії бізнесу / Гайдай Ю.В., Шеремета Я.І. // Інноваційна економіка. Електронний ресурс. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/inek/2011\\_6/82.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/inek/2011_6/82.pdf)
2. Долан С., Гарсія С. Управління на основі цінностей. Корпоративне керівництво але виживанню успішної життєдіяльності і вмінню заробляти гроші в XXI столітті. М.: Претекст, 2008. – С. 31–35.
3. Ензім Електронний ресурс. – Режим доступу: [http://www.enzym.lviv.ua/php\\_uploads/files/UploadName\\_32.pdf](http://www.enzym.lviv.ua/php_uploads/files/UploadName_32.pdf)
4. Назаренко І.М. Цінність корпорації – головний орієнтир стратегічного менеджменту. Агросвіт. 2013. №11. – с. 16
5. Сайт Водоканалу. Електронний ресурс. – Режим доступу: [vodokanal.drohobych.com.ua/місія-і-цінності/](http://vodokanal.drohobych.com.ua/місія-і-цінності/)
6. Тамберг В. Реальная ценность корпоративных ценностей [Електронний ресурс] / В. Тамберг, А. Бадьин // Высокий брендинг. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://newbranding.ru/articles/corporate-values>
7. Філософія. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://subject.com.ua/philosophy/osnovi/index.html>
8. Харбський К. Управління цінностями. Електронний ресурс. – Режим доступу: [http://www.harsky.ru/files/VM\\_final-05-05-2010.pdf](http://www.harsky.ru/files/VM_final-05-05-2010.pdf)
9. Ямницький О.В. Категорія «цінність» у психологічному вимірі – Наука і освіта. – 2013. – №4. – С. 34–37.
10. Яхонтова Е.С. Управление ценностями как элемент управления человеческими ресурсами компании / Яхонтова Е.С. // Менеджмент в России и за рубежом. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.mevriz.ru/articles/2003/4/1784.html>

I.V. KOVALCHUK,

к. е. н., доцент, Національний університет харчових технологій

Я.В. МАТВЕЄВА,

магістрант, Національний університет харчових технологій

## Формування організаційно-економічного механізму соціального розвитку підприємства

У статті розглянуто поняття «соціальний розвиток підприємства», «організаційно-економічний механізм» та «соціальна відповідальність бізнесу», визначено основні складові елементи організаційно-економічного механізму соціального розвитку підприємства та шляхи підвищення його ефективності.

**Ключові слова:** соціальний розвиток підприємства, соціальна відповідальність бізнесу, організаційно-економічний механізм, організаційна, соціальна, економічна, екологічна складові механізму соціально-економічного розвитку.

I.V. KOVALCHUK,

к. э.н., доцент, Национальный университет пищевых технологий

Я.В. МАТВЕЄВА,

магістрант, Национальный Университет пищевых технологий

## Организационно-экономический механизм социального развития предприятия

В статье рассмотрены понятия «социальное развитие предприятия», «организационно-экономический механизм» и «социальная ответственность бизнеса», определены основные составляющие элементы организационно-экономического механизма социального развития предприятия и пути повышения его эффективности.

**Ключевые слова:** социальное развитие предприятия, социальная ответственность бизнеса, организационно-экономический механизм, организационная, социальная, экономическая, экологическая составляющие механизма социально-экономического развития.

I.V. KOVALCHUK,

Ph.D, assistant professor, National University of Food Technologies

Y.V. MATVEIEVA,

master student, National University of Food Technologies

## Organizational economic mechanism of social development of enterprise

The article deals with the concept of «social development of enterprise», «the organizational economic