

2. Коба В., Пилипенко, О., Городецький, М. Місце клієнтоорієнтованого підходу у системі маркетингу підприємства. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/32925/sism_20_216-219.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 01.05.2022).

Анатолій ГРИГОРУК

*кандидат економічних наук, доцент,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка,
a.hryhoruk@ukr.net*

Євгенія КАМ'ЯНЕЦЬКА

*здобувачка першого освітнього рівня,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка,
Тернопіль, Україна
yevhenia12.03.2001@gmail.com*

ЦІННІСНІ ОРІЄНТИРИ ПІДПРИЄМСТВА У ПРОЦЕСІ ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ

Сучасний світ швидко змінюється, трансформується, тому важливого значення набуває система цінностей, яка робить ці зміни можливими та ефективними. Вони змушують людей переосмислювати та переоцінювати себе, свої прагнення.

Формування ринкових відносин змінило спосіб життя людей, “параметри” їх економічної культури, а це спричинило зміни ціннісних орієнтацій, мотивації поведінки тощо. У процесі розвитку ринкових відносин зазнавали змін людські цінності. Це пов’язано насамперед з тим що для ринкових відносин характерними є економічний лібералізм, конкуренція, прагнення до отримання прибутку, які суттєво змінили ціннісні орієнтири, які існували в особистості. Нові реалії стимулюють ініціативу, енергію людей, розширюють можливості для розвитку здібностей і творчої активності, дають кожному змогу розвиватися та самовдосконалюватися, проте ці процеси мають й негативні наслідки, такі як формування в людей подвійної моралі, загального відчуження, психічної фрустрації, неврозів тощо.

Економічні цінності сформувалися у процесі економічної діяльності людини та орієнтують особистість в “економічному полі”. Вони регулюють її поведінку, виконують функцію економічної соціалізації,

визначають її роль та місце в економічному просторі, є основою економічної культури особистості.

З них формуються ціннісні орієнтири підприємства, адже розвиваючись у ринкових відносинах підприємству необхідно приймати цінності, які воно поширює. Це дозволить йому розробити таку організаційну структуру, яка б відповідала вимогам ринку, дозволяла швидко реагувати на найменші зміни на ньому, змінювати форми та методи управління підприємством для його ефективного функціонування.

А це потребує вироблення специфічної системи цінностей, яка б включала загальнолюдські, загальноекономічні цінності та цінності підприємства і дозволяла б їх швидко реалізовувати. Такі цінності мають бути емоційно привабливі для більшості членів організації, що дозволить зробити їх взірцями, орієнтирами, мірилом поведінки. До таких цінностей підприємства належать, насамперед, цілі, характер внутрішніх взаємин, орієнтованість поведінки людей, старанність, новаторство, ініціатива, трудова і професійна етика. У сучасних умовах поряд з наявними цінностями потрібно активно формувати нові. Тому важливо відстежувати все нове, справедливо та неупереджено його оцінювати і запозичувати корисне для підприємства. Однак при цьому потрібно дбайливо ставитися до існуючих цінностей, використовувати їх як основу для формування нових цінностей, залучивши відповідні механізми, зокрема спільної творчості. Ключові цінності утворюють філософію організації. Вона відповідає на питання, що є для неї найважливішим. Філософія відображає сприйняття організацією себе та свого призначення, головні напрями діяльності, створює основу вироблення підходів до управління, впорядковує діяльність персоналу на основі загальних принципів, полегшує освоєння вимог адміністрації, формує загальні універсальні правила поведінки [1].

Вони є базою для формування організаційної культури підприємства, яка повинна враховувати ціннісні орієнтири та цілі діяльності всіх учасників бізнесу: підприємців, менеджерів, фахівців і працівників.

Цінності мають бути органічно пов'язаними з особливостями зовнішнього середовища, тобто з ринковим попитом, конкуренцією, різноманітними чинниками і тенденціями, які впливають на підприємство.

Важливість врахування цінностей у діяльності підприємства досліджував Річарда Барретт, який наголошував, що у змінному, швидкому і маловизначеному світі постійно відбуваються певні трансформації, які забезпечують можливість нового способу існування, зміну цінностей, і формують новий спосіб мислення, рівень усвідомлення та існування. А це

дозволить по новому оцінити становище підприємства та перспективи його розвитку в подальшому.

Цінності та переконання визначають та спрямовують поведінку людей, а людина із власною системою цінностей стає ключовим агентом змін, двигуном, який спрямовує і забезпечує розвиток, визначає його напрямок і впроваджує в життя сформовані проекти. Тому важливо сформувати систему цінностей підприємства, розробити єдину систему принципів його діяльності та розвитку, спрямовану на досягнення його цілей, визначення найбільш важливих стратегічних напрямків розвитку.

Ціннісні орієнтації підприємства дають уявлення про систему цінностей, яких дотримується керівництво і персонал підприємства, а це дозволяє судити про його поведінку по відношенню до суспільства, споживачів і партнерів.

Формування стійких конкурентних переваг стає можливим лише через трансформацію бізнес-філософії компанії, включення в її діяльність цінності, що є запорукою гармонізації інтересів всіх учасників економічних відносин [2].

Важливим пріоритетом в розвитку підприємства є розроблення системи управління персоналом, головними складовими якої мають бути заохочення інноваційної активності, зростання професійної компетенції, розвиток освітньо-професійних здібностей, підвищення конкурентоспроможності кадрів в інтересах зростання конкурентоспроможності підприємства і країни загалом. Реалізацію цих цілей може забезпечити розвинута корпоративна культура, яка формує ціннісні орієнтири поведінки керівництва та підлеглих на ньому. Вона об'єднує їх у прагненні забезпечити розквіт компанії, сформувати її позитивний імідж, дозволяє розробляти та впроваджувати передові, оригінальні ідеї, інновації у життя [3].

Проте сьогодні в Україні на більшості підприємств корпоративна культура, увійшла у протиріччя із необхідністю адаптації до ринкових вимог, прискороного економічного зростання та інноваційного розвитку. Це негативно відбивається на організаційній поведінці керівників, мотивації персоналу до ефективної праці, прояву інноваційної активності, що стає перешкодою у забезпеченні ефективної діяльності підприємств.

Отже, ціннісні орієнтири відіграють важливу роль у функціонуванні підприємства, забезпечують стабільність та перспективність його розвитку. Адже вони є тим ядром, яке об'єднує людей, які на ньому працюють ефективно виконувати свої обов'язки, покращувати якість

послуг або продукції, яку воно надає, що у свою чергу приваблює споживачів до даного підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Теорія організації. І.І. Свидрук, Ю.Б. Миронов, О. О. Кундицький. URL: <https://kerivnyk.info/teoriya-organizacii9> (дата звернення 29.04.2022).
2. Галушко О.С. Особливості моделі управління ціннісно-орієнтованою операційною системою компанії. *Актуальные проблемы и перспективы развития экономики Украины*. Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції. Алушта, 1-3 жовтня 2009 року. Симферополь. 2009. С. 154.
3. Семикіна М.В. Корпоративна культура підприємства як важіль економічного зростання та інноваційного розвитку. *Соціально-економічні аспекти промислової політики: сб. науч. тр. Ин-т економіки пром-ти НАН України*. Донецьк, 2007. С. 120-128.
4. Кам'янецька У. Особливості функціонування “Союздруку” на Тернопільщині (1945–1955 рр.). *Магістерський науковий вісник*, 2019. №33. С. 78-82.

Любов ЛИТВИН

*кандидат економічних наук, доцент,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка,
lytvyn2307@gmail.com*

Катерина КУЧЕР

*здобувачка першого освітнього рівня,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка,
Тернопіль, Україна
ktyakucher1999@gmail.com*

ЦІННОСТІ КЕРІВНИКА ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Зміст і спрямованість діяльності людини значною мірою визначаються її ціннісними орієнтаціями [2]. Інтерналізуючись когнітивними структурами, вони визначають вибір бажаної моделі поведінки в ситуації прийняття рішень, на основі внутрішнього відчуття основних принципів і правил «правильної» і «неправильної» поведінки. Вони ж задають пріоритетність тих чи інших способів поведінки в різних життєвих ситуаціях, задаючи сенс конкретним вчинкам. Звідси, вивчення особливостей системи ціннісних орієнтацій людини, виступає одним з інструментів прогнозування поведінкового вибору в різних життєвих ситуаціях.