

Tkachenko T. P.

candidate of economic sciences FMM NTUU «KPI»

Nikitina M.V.

student FMM NTUU «KPI»

INFLUENCE OF RISK ON EFFICIENCY OF INVESTMENT PROJECTS AND METHODS OF REDUCING THEIR DEGREE

The article deals with the problem of the risks and uncertainties in making investment decisions. In this paper discloses the essence of the concepts of «uncertainty» and «risk», determined by the difference between these concepts. Special attention is given to detailed comparative analysis of existing quantitative risk assessment techniques of modern investment projects. Are briefly described advantages and disadvantages of the practical application of each method, the account of which will improve the validity of economic decisions in the management of the investment process. The typical errors that may occur during evaluation of investment projects. In addition, this article describes the main methods of solving the risks of investment projects and methods of reducing their degree.

Keywords: risk, uncertainty, efficiency, investment project.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Антошко Т.Р.

канд. екон. наук, старший викладач НТУУ «КПІ»

Тюленєва Ю.В.

канд. екон. наук, доцент НТУУ «КПІ»

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА ЇЇ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК З КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Розглянуто дослідження сутність корпоративної культури. Досліджено її зв'язок з корпоративною соціальною відповідальністю через корпоративне управління підприємством. Встановлено переваги, недоліки ролі корпоративної культури у становленні корпоративної соціальної відповідальності.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, корпоративне управління, корпоративна культура.

Вступ. Участь підприємницьких структур у соціально-економічному розвитку суспільства є необхідною умовою сталого підприємництва та фактором стабільності і підвищення рівня життя суспільства. Суб'єкти господарювання вже не лише зацікавлені в отриманні прибутку, а й прагнуть зайняти стабільне положення на ринку, починають управляти рівнем репутації, ринковою привабливістю та розширюють можливості доступу до капіталу. Втчизняні суб'єкти господарювання усвідомлюють значимість існування держави та суспільства, а тому не лише задовольняють їх потреби, виробляючи відповідні товари, а й впроваджують додаткові соціальні заходи. Ідея соціально-орієнтованих підприємств починає займати важливе місце у вітчизняній економіці, поєднуючи суть комерційно орієнтованих підприємств та тих, які направлені на виконання соціальних вимог внутрішнього та зовнішнього середовищ за рахунок реалізації корпоративної соціальної відповідальності.

Значним внеском у теорію та практику запровадження способів здійснення корпоративних відносин (соціальних, правових, виробничих та управлінських) можна віднести таких вчених як Р. Краплич, К. Ющенко, Н. Волгіч, В. Єгорова, Б. Мей, Ф. Котлер, Л. Ненсі тощо. Проблема «соціальної відповідальності» як філософської категорії була предметом дослідження І. Канта, Г. Йонаса, П. Сорокіна, Г. Спенсера, П. Ульріха, К.-О. Апеля, Ю. Хабермаса, А. Єрмоленка, О. Титаренко. Питання взаємодії підприємництва і суспільства, побудови стосунків із зацікавленими сторонами підприємства розкриваються в роботах П. Друкера, Р. Фрімена, Г. Саймона, В. Томпсона, М. Мєскона, А. Керолла та ін. Серед вітчизняних дослідників в даній проблематики І. Акімова, Н. Водницька, Ю. Саєнко.

А. Колот, В. Бурега, М. Мурашко. Дослідженням проблем відносин підприємств із зацікавленими сторонами серед вітчизняних науковців займалися Ю. Благов, Р. Краплич, А. Каптерев, Н. Калініна, Н. Проженко, В. Мартиненко, С. Литовченко. Питанням розробки механізму управління корпоративної соціальної відповідальності присвячені роботи Л. Грициної, М. Стародубської, О. Лазаренко, Ф. Евдокимова, О. Степанової.

Постановка завдання. Однак, незважаючи на наявність значної кількості публікацій щодо сфери соціального розвитку, ще не отримано значущих практичних рекомендацій, які б сприяли формуванню та активному становленню корпоративної соціальної відповідальності в діяльності вітчизняних підприємств. Тому у поданій статті пропонується розгляд значення корпоративної культури як інструмента становлення корпоративної соціальної відповідальності.

Результати дослідження. Розвиток соціально-економічних відносин в Україні спонукає до трансформації систем управління на рівні підприємств, введенням в управлінську практику КСВ. Процес управління підприємством передбачає не тільки управління його технічними засобами, інформаційними і матеріальними потоками, а також працівниками (групами і індивідуумів), й зацікавленими особами (стейкхолдерами), що має аспект корпоративної взаємодії. Така взаємодія потребує цілеспрямованого впливу на корпоративні суб'єкти відносин, що утворює особливий спосіб – корпоративне управління підприємством. У рамках такого корпоративного управління КСВ є складовою мотиваційної функції загальної системи управління підприємством.

Необхідно також відмітити, що основні елементи корпоративної соціальної відповідальності проявляються у взаємодії з зацікавленими сторонами (рис. 1): споживачами (за якість продукції та послуг); партнерами та акціонерами (за результати діяльності підприємства, корпоративну етику та виконання своїх зобов'язань); персоналом та профспілками (за належну соціальну політику, забезпечення сприятливого морально-культурного клімату й дотримання трудового кодексу та прав людини); державою та місцевими органами самоврядування (за вирішення гострих соціальних проблем і раціональне використання природних та інших ресурсів); міжнародною та місцевою спільнотами (за збереження екології); суспільством у цілому (за реалізацію соціальних ініціатив) та засобами масової інформації (за надання об'єктивної та правдивої інформації).

Власне корпоративне управління будується на відносинах з тими ж зацікавленими сторонами. Для встановлення ефективних та оптимальних відносин з працівниками, профспілками, акціонерами та з іншими зацікавленими сторонами необхідно встановлена система регламентації таких відносин. Таким інструментарієм може слугувати корпоративна культура, елемент корпоративного управління.

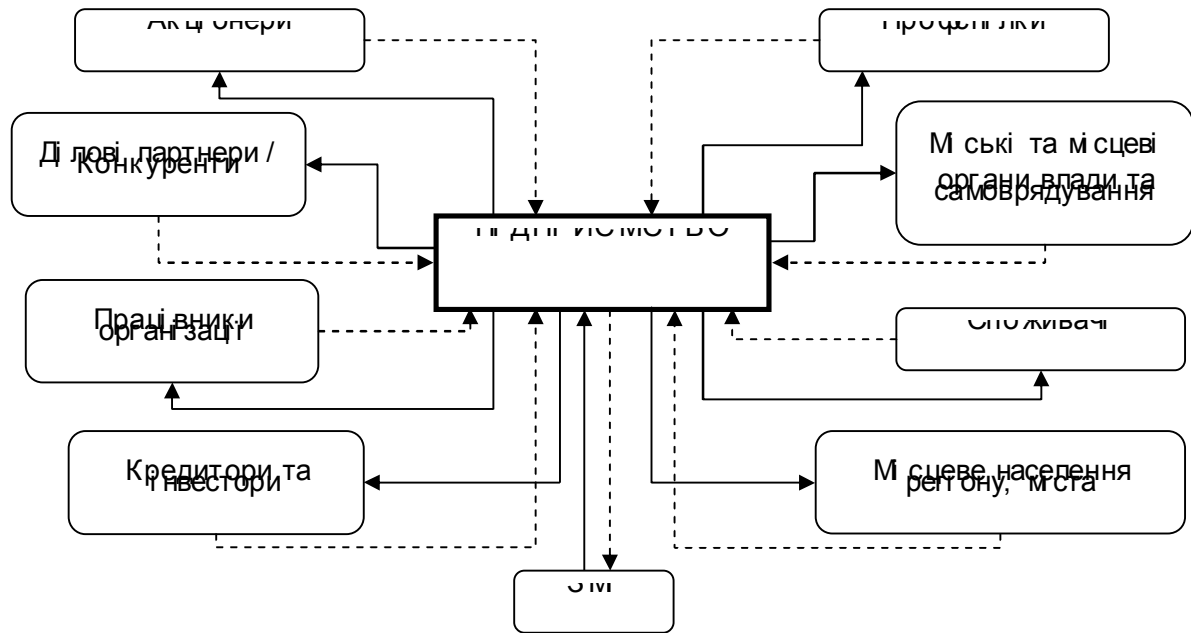


Рис. 1. Елементи корпоративно-соціальних відносин підприємства (складено та удосконалено автором на основі [1])

Корпоративна культура існує на всіх підприємствах незалежно від їх форм власності та структури. Останні наукові дослідження доводять, що найбільш успішні та прибуткові світові компанії характеризуються високим рівнем розвитку корпоративної культури.

Корпоративна культура – це комплекс зовнішніх атрибутивних чинників, базових цінностей та внутрішніх недекларованих правил поведінки персоналу корпорації, які визначають якість адаптації нових співробітників, забезпечують підтримку норм і правил поведінки, спрямовують і об'єднують дії персоналу, спонукають співробітників активно брати участь у справах організації [2].

Корпоративна культура – це сфера менеджменту, пов'язана з розвитком інтеграційних процесів управління, яка включає в якості основних компонентів цінності членів трудового колективу організації, переконання, норми поведінки і комунікаційної взаємодії працівників у процесі трудової діяльності, елементи матеріального середовища і тим самим відображає індивідуальність даного суб'єкта бізнесу [3].

Значення корпоративної культури у системі управління підприємством дуже високе, оскільки корпоративна культура впливає і як на процес управління персоналом, так і на роботу підприємства в цілому. Чим вище рівень корпоративної культури, тим у меншому ступені персонал має потребу у чіткому регламентуванні діяльності, в директивах, настановах, детальних схемах і докладних інструкціях. До того ж чим вище рівень корпоративної культури, тим вище престиж і конкурентоспроможність підприємства. Забезпечується такий клімат для персоналу підприємства, в якому вони працюють з задоволенням багато підприємств розповсюджують культуру, забезпечуючи тісні контакти між філіями, між керівниками філій

різних країн. Переміщення працівників з однієї країни в іншу розширює уявлення цих людей і підвищує їхню відданість системі цінностей та цінням корпорації. Люди, що пройшли підготовку в штаб-квартирі компанії, як правило, думають і діють, як її співробітники. Отже, корпоративною культурою є система формальних і неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, особливостей поведінки персоналу даної організаційної структури, стилю керівництва, показники в задоволеності працівників умовами праці, рівня взаємного співробітництва та сумності працівників між собою і з організацією перспектив розвитку [3]. Тобто підтримання корпоративної культури на належному рівні забезпечує реалізацію принципів корпоративної соціальної відповідальності по відношенню до працівників та профспілок.

Створення оптимального середовища за рахунок формування корпоративної культури розглядається як стратегічний інструмент, адже всі працівники та підрозділи підприємства усвідомлюють загальні цілі підприємства, мають можливість проявляти ініціативу та віддаватися повністю справі [4-5].

Корпоративна культура дає можливість повною мірою охопити всі складові управління підприємством: її стратегію, цілі, ринкові пріоритети, якість товарів, відношення до споживачів, контрагентів, стан продуктивності праці тощо.

Сутність корпоративної культури у системі корпоративного управління через призму корпоративної соціальної відповідальності визначають: загальні цінності та ринкові вимоги, тобто співвідношення інтересів всіх зацікавлених сторін підприємства. Перше вражається у сполученні інтересів персоналу, їх новаторстві, довірі, з корпоративними інтересами, підвищенням конкурентоспроможності, захопленням нових ринків збуту. Друге пояснюється через поєднання вимог до управління підприємством та вимог до персоналу. Якщо перший пункт поєднує між собою працівників, профспілки, акціонерів, то другий цей зв'язок посилює через визначення персоналу вимог відданості підприємству, акценту на почутті спільності, причетності до загальної справи підприємства, а також залучає до цього об'єднання споживачів, контрагентів, ЗМІ [6-9].

Цілю впровадження корпоративної культури на підприємстві є формування функціональної моделі поведінки працівників направленої на досягнення задач та цілей підприємства.

Для досягнення зазначеної мети потрібно вирішувати наступні завдання у процесі корпоративного управління: розвиток у персоналу почуття причетності до справ підприємства; заохочення залучення персоналу у спільну діяльність на благо підприємства; зміцнення стабільності системи соціальних відносин; підтримка індивідуальної ініціативи працівників; надання допомоги персоналу в досягненні особистого успіху; створення атмосфери єдності менеджерів і персоналу у підприємстві; делегування

відповідальності; зміцнення корпоративної родини (поздоровлення персоналу із сімейними, трудовими святами, подіями і т. д.) [5-9].

У процесі формування системи корпоративної культури необхідно закладати наступні критерії, які забезпечать сильну корпоративну культуру та будуть поєднуватися з принципами корпоративної соціальної відповідальності.

По-перше, це спільність інтересів, тобто, коли більшість співробітників і управління поділяють спільні цінності і методи ведення бізнесу. Досягнення такого результату забезпечується постійною роботою з працівниками: регулярне опитування, анкетування з питань заробітної плати, організації робочого місця, стилю управління тощо.

По-друге, адекватність обраної стратегії, тобто цілі підприємства не повинні протистояти корпоративній культурі, корпоративній соціальній відповідальності.

По-третє, адаптивність культури, тобто бути каталізатором змін. Від цієї характеристики залежить сприйнятливість організації до змін зовнішнього середовища і здатність ефективно працювати у довгостроковій перспективі [6-9]. Сама корпоративна культура повинна охоплювати наступні складові:

- усвідомлення працівником свого місця в компанії (групі);
- тип спільної діяльності;
- норми поведінки;
- тип управління;
- культура спілкування;
- система комунікацій;
- діловий етикет;
- традиції компанії;
- особливості трактування повноважень і відповідальності;
- трудова етика.

Таким чином, врахування вище зазначеного дає можливість створити середовище для ефективного корпоративного управління. Сьогодні популярним стає підхід до корпоративного управління, заснований на принципах (відкритості, публічності та розпороченості володіння), що в свою чергу, відповідають принципам корпоративної соціальної відповідальності і утворюють міст між нею і корпоративним управлінням. Таким чином, процес впровадження корпоративної соціальної відповідальності повинен базуватися на засадах корпоративного управління та корпоративної культури (табл. 1).

Як бачимо складові корпоративної соціальної відповідальності базуються на принципах, роботу яких забезпечує корпоративна культура.

Високоякісні та конкурентоспроможні працівники є гарантом успішної та ефективної діяльності підприємства, тому, в інтересах високоякісного розвитку трудового потенціалу вітчизняних підприємств необхідним є формування позитивної корпоративної культури. Це, в свою чергу, потребує перегляду діючих на підприємстві систем управління працею організації