

УДК 331.101.262

Ходаківський Є.І.

доктор економічних наук, професор,
директор НІІ економіки та агробізнесу,
Житомирський національний агроекологічний університет

Плотнікова М.Ф.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри інноваційного підприємництва
та інвестиційної діяльності,
Житомирський національний агроекологічний університет

Мосієнко О.В.

здобувач,
Житомирський національний агроекологічний університет

ГЕШТАЛЬТИ ГУДВІЛУ В КОРПОРАТИВНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВ

Всесвіт побудований на основі закону єдності та боротьби протилежностей, що символізує й провокує рух і розвиток систем. Стійкість систем забезпечується за рахунок багатоманітності видів та функцій елементів – багато організмів забезпечують виконання однієї функції цілісної системи, її багатofункціональності, формування простору на основі хвильових процесів передачі енергії, інформації та їх трансформації в просторі та часі, що визначає стан та розвиток систем. Розглянуто основні складові гудвілу як цілісно холістично стійкої та предметно орієнтованої системи, що визначає як економічну, так соціально-екологічну результативність корпоративних підприємств. Наразі сформовано теоретико-методологічні підходи до трактування категорії гудвіл та розроблено управлінські підходи до формування соціально-відповідального бізнесу корпоративних підприємств через запровадження методів холізму, цілісності та стійкості систем. Окреслено інструменти управління та результати реалізації екологічно відповідального бізнесу корпорацій.

Ключові слова: гудвіл, корпоративне управління, холдингові підприємства, холізм, стійкість, цілісність.

ГЕШТАЛЬТЫ ГУДВИЛА В КОРПОРАТИВНОМ УПРАВЛЕНІИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Ходаковский Е.И., Плотникова М.Ф., Мосиенко О.В.

Вселенная построена на основе закона единства и борьбы противоположностей, что символизирует и провоцирует движение и развитие систем. Устойчивость систем обеспечивается за счет многообразия видов и функций элементов – много организмов обеспечивают выполнение одной функции целостной системы, ее многофункциональности, формирование пространства на основе волновых процессов передачи энергии, информации и их трансформации в пространстве и времени, что определяет состояние и развитие систем. Рассмотрены основные составляющие гудвилла как целостно холістично устойчивой и предметно ориентированной системы, что определяет как экономическую, так и социально-экологическую результативность корпоративных предприятий. В настоящее время сформированы теоретико-методологические подходы к трактовке категории гудвил и разработаны управленческие подходы к формированию социально-ответственного бизнеса корпоративных предприятий через внедрение методов холизма, целостности и устойчивости систем. Определены инструменты управления и результаты реализации экологически ответственного бизнеса корпораций.

Ключевые слова: гудвилл, корпоративное управление, холдинговые предприятия, холизм, устойчивость, целостность.

GUDSTALS OF GOODWILL IN CORPORATE MANAGEMENT OF ENTERPRISES

Khodakovsky Ye., Plotnikova M., Mosienko O.

The main components of goodwill as a holistic, stable and subject-oriented system are considered, which determines both the economic and the social and environmental performance of corporate enterprises. At present, theoretical and methodological approaches to the treatment of the category of goodwill have been formed. Management approaches to the formation of socially responsible business of corporate enterprises through the introduction of methods of holism, integrity and stability of systems are developed. Management instruments and results of implementation of environmentally responsible business of corporations are defined. Using the methodological apparatus of synergetics and synteletics given advancements in the psychology of management based on sociointegration, psychoinformatics, gestalt, behaviour, psychotherapy, praxeology and technology of geshtalt: the formation of Providence. Presents of the concept of human-ethical and humanistic principles of management based on scientific research scientists.

Keywords: goodwill, corporate governance, holding enterprises, holism, stability, integrity.

Постановка проблеми. Об'єктивною складовою гудвілу є немайнове благо, під яким розуміють результати інтелектуальної, творчої діяльності. В Україні відповідно до ч. 1 ст. 201 ЦК особистими немайновими благами, які охороняються законодавством, є: здоров'я, життя; честь, гідність і ділова репутація; ім'я (найменування); авторство; свобода літературної, художньої, наукової і технічної творчості; а також інші блага, які охороняються цивільним законодавством.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Гудвіл розглядається у світлі певних прав на об'єкти нематеріальної природи, які можуть бути віддільні або невіддільні від окремої фізичної або юридичної особи. Одна група вчених зазначає, що такі активи є невіддільними від підприємства (Г. В. Циганенко [1], Г. В. Корчемлюк, І. Л. Литвинчук [2]), а інші дослідники говорять про можливість їх ідентифікації та класифікації (Н. С. Пугачова [3]). Невирішені частини проблеми. Відсутність системного підходу до активізації внутрішнього потенціалу суб'єктів ринкових відносин через реалізацію ними інтелектуально-інформаційних підходів в управлінні через механізм гудвілу.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення та обґрунтування ролі гештальту в формуванні системи менеджменту та управління корпоративного вартістю гудвілу з точки зору її цілісності, холізму, стійкості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз сучасної літератури засвідчує, що науковці широко вживають термін «гудвіл» та тлумачать його дуже суперечливо. Наразі не існує загальноприйнятого визначення поняття. В загальних рисах цей термін трактується як репутація, повага, респектабельність та висока оцінка компанії та її продукції. У тлумачному словнику з інтелектуальної власності гудвіл взагалі трактується як будь-яка перевага, отримана його власником у процесі здійснення ним господарської діяльності.

Автори виділяючи значення гудвілу як нематеріального активу, що характеризує найвищий рівень ринкової діяльності підприємств. Нематеріальність безумовно найкраще виразити ідеальним образом – гештальтом. При цьому з загальних рис гештальтології ми намагаємося виразити матеріальний принципи холізму, тобто стійкості всієї системи. Якщо розглядати гудвіл, його наявність, присутність, з цієї позиції, то слід говорити, в першу чергу, про джерела зовнішньої інформації, тобто про тих, хто здійснює оцінку [4–10]. При цьому буде використовуватися реклама, різноманітні акції та PR-кампанії, які мають на меті привернути увагу споживачів та контрагентів та позитивно вплинути на власну ділову репутацію.

Фактично, гудвіл у вартісному вираженні – це та сума, яку покупець підприємства готовий заплатити понад балансової вартості його активів. Існування такої різниці обумовлено емерджентністю – характеристикою підприємства як системи, тобто незводністю властивостей системи до суми властивостей її елементів [8–10]. Усі позитивні або негативні обставини, пов'язані з іміджем фірми – фірмове найменування, географічне положення, особливості збуту і

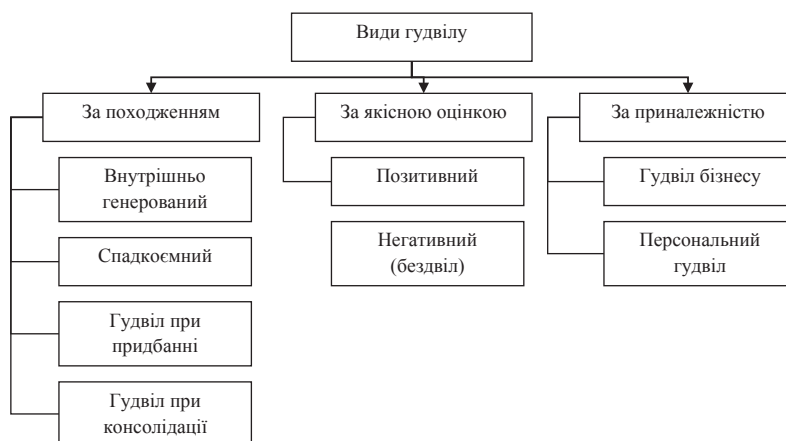


Рис. 1. Класифікація гудвілу

Джерело: сформовано на основі [3, с. 154]

постачання, використання ноу-хау у виробничому процесі й управлінських ноу-хау в процесі маркетингу є елементами, які формують вартість гудвілу. Гудвіл класифікують за багатьма ознаками (рис. 1), найпоширенішими з яких є ознака походження, якісна оцінка (арифметичне значення) та приналежність.

На нашу думку, виходячи з емерджентності системи, синергетично-гештальтного підходу, в ознаки (до видів гудвілу) слід віднести цілісний, холістичний гудвіл як наслідок конгломерації (диверсифікації об'єкту) фінансового важеля, соціально-відповідального та висококогнітивного гудвілу. При формуванні корпоративних структур холдингового типу «добре обличчя» гудвілу створюється не лише в бізнес-середовищі, а, в першу чергу, – соціальному, через яке переходить в ринкове чи навпаки. Розробляючи гештальт-дерево успішно діючої корпорації (підприємств, холдингів) його «стовбуором» ми визначили соціальне насичення корпоративних структур та їх екологічну сертифікацію. Конкретизуємо сутність таких джерел гудвілу компанії як соціальна відповідальність та екологічність бізнесу. Соціальна відповідальність є інструментом підвищення репутації підприємства, довіри з боку суспільства, інвестиційної привабливості, капіталізації та конкурентоспроможності підприємств, досягнення їх стійкого розвитку за соціальним, економічним і екологічним напрямками. У світовій практиці соціальне підприємництво існує у наступних формах: діяльність неприбуткових організацій, дохід яких спрямовується на вирішення соціальних проблем; бізнес-підприємства з соціальною місією, які питання фінансового успіху відсувають на другорядний план, порівняно із досягненням соціального ефекту; громадські фонди, які впроваджують соціальне підприємництво як інноваційну підприємницьку діяльність задля соціальних перетворень в суспільстві та громадах. За визначенням фахівців Національного інституту стратегічних досліджень, сучасна організація може бути визнана соціально відповідальною, якщо її діяльність відповідає наступним критеріям: добросовісна сплата податків, виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавства; виробництво та реалізація якісної продукції; реалізація корпоративних програм підвищення фаховості співробітників; реалізація кор-

поративних програм з охорони та зміцнення здоров'я співробітників; реалізація корпоративних програм морального стимулювання персоналу; реалізація благодійних і спонсорських проектів; участь у формуванні позитивної суспільної думки про бізнес. Аналіз практики успішних українських компаній дозволяє виділити такі напрямки розвитку соціально відповідального бізнесу: забезпечення належних умов для здобуття базової освіти; покращення рівня медичного обслуговування населення; розбудова інфраструктури села; збереження навколишнього середовища; впровадження енергозберігаючих новітніх технологій на виробництві [4–5]. Узагальнююче схематичне відображення чинників гальмування розвитку соціально відповідального бізнесу, інструментів подолання гальмуючого впливу та очікуваних результатів наведено на рис. 2. Екологічність становить основу сучасного іміджу і комерційного успіху компаній. Своєю участю у покращенні екології країни підприємці можуть зробити набагато більше для здорового майбутнього країни та її жителів. Водночас, позиціонування компанії як орієнтованої не безпечно господарювання та ощадливе ресурсовикористання виступає важливою складовою підвищення її гудвілу.

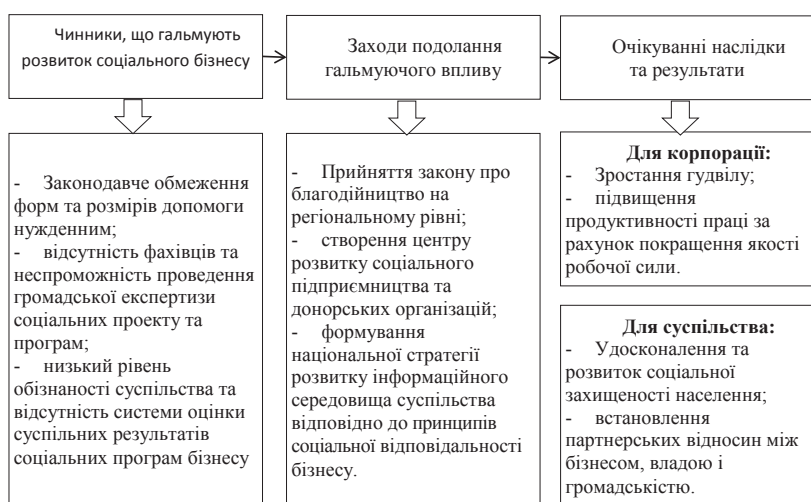


Рис. 2. Управління практикою поширення соціально-відповідального бізнесу

Джерело: сформовано на основі [3, с. 177]



Рис. 3. Інструменти управління та результати реалізації екологічно відповідального бізнесу корпорацій

Джерело: сформовано на основі [3, с. 179]

Останнім часом українські компанії дедалі більшу увагу приділяють екологічній спрямованості свого бізнесу. Необхідність вибору такого напрямку розвитку була усвідомлена в результаті поширення зовнішньоторговельних зв'язків з країнами, що мають високу екологічну культуру. Обмеженість доступу на ринки цих країн української продукції з низькими екологічними якостями змусила підприємців змінювати виробничі технології, сертифікувати продукцію та процеси її створення. Багато українських компаній запровадили у свою діяльність проект «Зелений офіс», націлений на технології матеріало- та енергозбереження в офісній праці. Але, наприклад, для металургійного комбінату обмеження екологічної відповідальності виключно проектом «зелений офіс» виглядатиме як фарс. Тому важливо обирати такі напрямки екологізації бізнесу, які найбільшою мірою даватимуть корисний ефект. Значне місце в екологічно відповідальному господарюванні має відводитися «духу закону» (рис. 3).

Особливого значення така стратегія компанії набуває у сфері аграрного бізнесу, де основний фактор виробництва – земля – має природне походження.

Основний негативний вплив господарської діяльності на стан земельних угідь пов'язаний із зростанням рівня розораності угідь, залученням до обробки ділянок, схильних до водної та вітрової ерозії; інтенсивним механічним впливом на ґрунт під час обробки угідь, що призводить до ущільнення ґрунтового покриву, втрати природної структури ґрунту; застосуванням агрохімічних засобів, які руйнують природну мікрофлору, змінюють рН середовища ґрунту; виснаженням ґрунтів через неправильні сівозміни та недостатнє внесення необхідних поживних речовин; зміною агроландшафтів, що обумовлює зміну рівня ґрунтових вод, заболочування чи пересихання земельних ділянок; неправильним зберіганням та переробкою побічних продуктів тваринництва, що є причиною забруднення угідь та водойм. Крім того, господарська діяльність може зумовити порушення ареалів існування тварин та рослин, шляхів їх міграції і способів розповсюдження. Ведення екологічно свідомого агробізнесу передбачає дотримання існуючих нормативних вимог у сфері природозбереження, застосування оптимальних агротехнологій, які забезпечують відновлення використаного природного потенціалу, обмеження рівня інтенсивності природо-користування відповідно до здатності природно-ресурсного комплексу території до самовідновлення. Мотиватором дотримання принципів екологічно безпечного господарювання, поряд із формальними нормативно-правовими актами, має стати екологічна культура компаній.

Висновки з проведеного дослідження. Стійкість, цілісність, холістичність всієї системи корпоративного управління визначає її соціальне насичення та екологічні стандарти. Дуже складно організувати тотальний контроль за дотриманням цих законів. Це означає, що у сфері екологічної відповідальності неможливо досягти бажаного результату, користуючись лише «буквою закону». Для прискорення формування адекватної екологічної

культури не тільки стосовно продукції, але й стосовно бізнесу в цілому корпораціям необхідно надати деякий імпульс. На нашу думку, таким поштовхом може слугувати створення національного рейтингу екологічно відповідального бізнесу. Присвоєння відповідного місця у рейтингу неодмінно буде відобразитися на рівні гудвілу компанії та стимулюватиме менеджмент компанії докласти зусиль для його підвищення.

1. Циганенко Г. В. Інвестиційно-інноваційний розвиток акціонерних товариств в контексті корпоративного управління / Г. В. Циганенко // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2007. – № 3 (41). – С. 248–254.

2. Корчемлюк А. І. Гудвіл корпоративних підприємств [Текст] : монографія / А. І. Корчемлюк, І. Л. Литвинчук, Г. В. Циганенко ; за ред. д-ра екон. наук, проф., засл. діяча науки та техніки України Ходаківського Є. І. – Житомир : Євенок, 2013. – 160 с.

3. Геитальти соціально-економічних систем Житомир: Вид-во «Рута», 2016. – 226 с.

4. Плотнікова М. Ф. Інноваційно-інвестиційна практика сільського розвитку як стійкої суспільно-економічної системи / М. Ф. Плотнікова // Актуальні проблеми інноваційної економіки. – 2016, В. 17, Ч. 3. – С. 50–54.

5. Плотнікова М. Ф. Соціократія як інструмент управління розвитком сільських територій / М. Ф. Плотнікова // Вісник ХНАУ ім. В. В. Докучаєва. Серія Економічні науки. – 2016. – № 1. – С. 141–152.

6. Плотнікова М. Ф. Принципи та механізми розвитку сільських територій / М. Ф. Плотнікова // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2016. – № 3 (03). – С. 76–81.

7. Ходаківський Є. І. Формування системи розвитку сільських територій на засадах підприємництва, саморегулювання та державного управління / Є. І. Ходаківський, Т. М. Ратошнюк, Л. Л. Капітула, М. Ф. Плотнікова // Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка. – 2016. – № 25. – С. 158–170.

8. Іванюк О. В. Інтелектуальна власність : навч.-наочн. посіб. / О. В. Іванюк, І. Л. Литвинчук. – Житомир : В. Б. Котвицький, 2014. – 163 с.

9. Литвинчук І. Л. Управління економічними ризиками корпоративних підприємств в агробізнесі : монографія / І. Л. Литвинчук, В. П. Якобчук. – Житомир : ЖНАЕУ, 2012. – 160 с.

10. Bogoyavlenska Yu. Innovational investment development vector of rural territories / M. Plotnikova, Yu. Bogoyavlenska // Management theory and studies for rural business and infrastructure development. – 2014. – Vol. 36, № 2. – P. 382–393.

E-mail: mfplotnikova@gmail.com