

Інвестиційні ризики пов'язані з довгостроковим вкладанням капіталу. До них відносять ризики недотриманої користі, ризики зниження прибутковості, а саме процентні, кредитні, біржові, селективні та ризики банкрутства, ризики прямих фінансових збитків.

Отже, виокремлені видові ознаки дозволяють систематизувати і сформувані основні групи, а також в межах цих груп встановити: сферу виникнення, що дозволяє ефективно управляти; джерело походження, що дає змогу ефективно планувати заходи для попередження виникнення ризикових ситуацій; оцінювання, яке дозволяє застосовуючи різні методики правильно розрахувати величину ризику, що покращує можливості мінімізації втрат; характер наслідків – врахування чого підвищує можливості якісного оцінювання та ефективного планування.

Таким чином, управління ризиками в підприємницькій діяльності має важливе значення для забезпечення успішності функціонування в конкурентному середовищі. Управління ризиками в підприємницькій діяльності дозволяє мінімізувати в короткотерміновому періоді чи оптимізувати в довгостроковій перспективі втрати від настання ризикових ситуацій. Ризики в підприємницькій діяльності доцільно розглядати як природні мотиватори до стратегічного управління та застосування інноваційних методів на усіх етапах процесу управління ризиками.

УДК 657

Д.М. Захаров, асп. (ЖДТУ, Житомир)

ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ ЯК ЕЛЕМЕНТА СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

Сьогодні підприємства, які прагнуть до росту і розвитку, все більше уваги приділяють формуванню соціального капіталу. Особливої актуальності дана проблема набуває в умовах гібридної війни. Таким чином, для системи менеджменту висувається нова вимога: підвищення рівня довіри як елементу соціального капіталу, всередині підприємства та з контрагентами. В загальному, формування довіри потрібно розглядати на двох рівнях: довіра, яка існує всередині підприємства та довіра між підприємствами.

Процес розвитку довіри між підприємствами запропоновано на рис. 1.

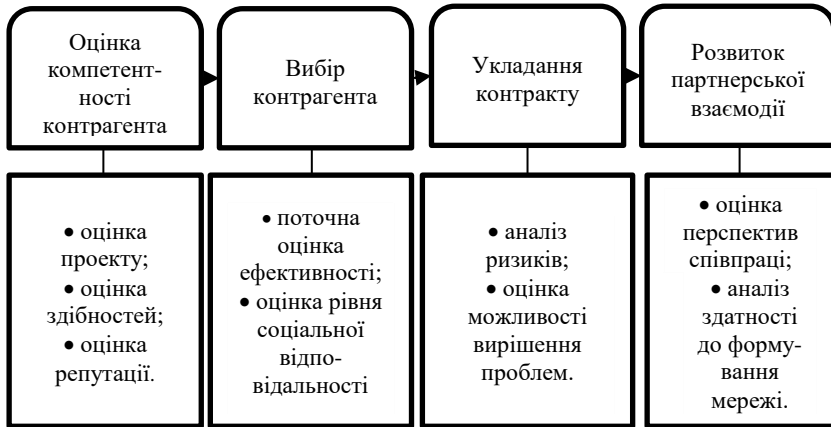


Рисунок 1 – Процес розвитку довіри

Оцінка компетенції може бути важливою як показник оцінки здатності контрагента співпрацювати в довгостроковому періоді. Це тому, що компетенція є відчутною і, як правило, вважається ранньою стадією формування довіри. Надійність довіри формується під час укладання контракту. Як тільки співпраця розпочнеться, передбачається, що між підприємствами доброзичливість вплине на обмін інформацією, спілкування та контроль якості. Чітке виконання умов контракту спонукає до розширення співпраці. Це дає змогу в умовах гібридної війни утримувати сталі зв'язки між підприємствами.

На формування довіри всередині підприємства впливають інші фактори. Соціальний капітал у відносинах з акціонерами – це довіра акціонерів до підприємства, його керівництва та реалізованої ним політики. При цьому, необхідно відзначити «подвійну» роль акціонерів у процесі формування довіри як елементу соціального капіталу. З одного боку, під їх впливом формується корпоративна культура, з іншого – вони забезпечують приплив капіталу. Роль контролюючих акціонерів у формуванні соціального капіталу є ключовою, оскільки саме вони визначають корпоративну культуру і формують загальні норми і цінності, що мають вирішальне значення у формуванні довіри з боку інших стейкхолдерів.

Корпоративна культура формує довіру всередині підприємства, створює особливе внутрішнє середовище, яке стимулює інноваційні процеси, схильність до навчання і експериментів, що виключно важливо для розвитку людського і інтелектуального капіталу. Корпоративна культура підприємства повинна враховувати цінності основних акціонерів,

клієнтів і працівників та сприяти формуванню їх довіри до підприємства. Необхідно відзначити важливість корпоративної культури як для досягнення високого рівня задоволеності працівників, так і для підвищення ефективності ведення бізнесу, його інноваційної активності: вплив корпоративної культури на зростання вартості здійснюється в трьох напрямках: в зростанні трудової мотивації та залученні працівників до процесу праці, в зростанні репутації підприємства як роботодавця, вдосконаленні етики спілкування з клієнтами і партнерами.

Таким чином, корпоративна культура визначає параметри корпоративного управління, яке сприяє формуванню довіри контрагентів з одного боку, і підвищення ефективності діяльності підприємства – з іншого.

Цінність ефективного корпоративного управління проявляється в ринковій вартості підприємства. Як наслідок значний вплив на зниження вартості має складна фінансова структура і непрозоре корпоративне управління. Значна роль корпоративного управління в створенні соціального капіталу і формуванні довіри до підприємства обумовлюється тим, що він забезпечує баланс інтересів між акціонерами, персоналом, клієнтами та громадськістю, а також визначає стратегічні рішення, які сприяють відповідальному і етичному веденню бізнесу.

Отже, саме корпоративна культура, тобто сукупність домінуючих на підприємстві цінностей і моделей поведінки, відіграє визначальну роль у формуванні довіри.

Також корпоративна культура підвищує рівень довіри між співробітниками, сприяє їх згуртованості, взаємній підтримці, співробітництву, соціальній взаємодії і забезпечує зниження плинності кадрів, зростання професіоналізму, підвищення продуктивності, колективному зростанню знань, підвищення якості продукції. Ці аспекти соціального капіталу впливають на людський капітал, оскільки сприяють зростанню мотивації до підвищення професіоналізму співробітників, що збільшує цінність людського капіталу.

Важливим аспектом формування внутрішнього соціального капіталу є справедливий розподіл доходу, отриманий підприємством. Джерелами формування внутрішнього соціального капіталу є порядність, надійність і відповідальність підприємства у взаєминах з персоналом, тобто дії, які підтримують довіру до підприємства власних працівників. Стійка довіра на підприємстві дає змогу зменшувати будь-які ризики пов'язані з гібридною війною.

В більшості випадків довіра є результатом стійких взаємозв'язків підприємства з постачальниками, замовниками, підрядниками,

дистриб'юторами. Незважаючи на різні визначення довіри, загалом вважається, що довіра – це важливий процес розвитку мережі та партнерства, і, як очікується, партнери можуть покладатися на виконання зобов'язань. На практиці довіра пов'язана з діяльністю, яка допомагає встановити репутацію, формувати альянс, обмінюватися інформацією та ефективно розвивати спільну справу. Довіру можна спостерігати з різних рівнів, таких як міжособистісні, організаційні, міжфірмові та міжнародні рівні у сфері транскордонного співробітництва.

Вивчення довіри також вимагає дослідження багатодисциплінарних джерел: економіки, соціології, психології, організації поведінки та менеджменту. В рамках фірми, довіру можна тлумачити як розширення міжособистісної довіри, заснованої на знайомстві між людьми під час попередньої взаємодії. У бізнес мережі продуктивність підприємств багато в чому залежить від довірчих відносин між собою, як окремих осіб, так і груп. На макроекономічному рівні довіра має подальшу взаємодію з установами та організаціями, особливо при транснаціональній співпраці.

У довгостроковій перспективі довіри розвивається на основі синергії компетенції та подальшим розвитком відносин. Запропонований процес можливо вдосконалити через якісні дослідження довіри. Дослідження можуть краще допомогти розглянути етапи розвитку довіри, а також визначити основні напрямки прийняття рішень та механізм підвищення довіри всередині кожного етапу.

УДК 339.138

Д.О. Зубко, асп. (ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків)

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ БРЕНДАМИ

В сучасних умовах господарювання, конкуренція серед виробників задає нові темпи до розвитку маркетингової діяльності, створення брендів на підприємстві все більш гарантує сталий розвиток. Бренд на сьогоднішній день є один з найефективніших маркетингових інструментів. Враховуючи те, що на ринку с кожним роком зростають пропозиції товарів з різноманітними торговельними марками, розробляти аутентичні особливості товарів стає не достатнім, та все більше уваги приділяється шляхам рекламування та зацікавленості