

УДК 338

---

**ЦЕННОСТНО ОРИЕНТИРОВАННОЕ КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ -  
ПРОДОЛЖЕНИЕ ЦЕННОСТНО ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ  
ПРЕДПРИЯТИЯМИ****Степанюга Лариса Александровна,**старший преподаватель кафедры туризма и гостиничного дела,  
ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени В. Даля»  
E-mail: sla141171@mail.ru**Аннотация**

---

Ценностно ориентированное управление бизнесом постоянно трансформируется. Ценности, которые были прогрессивными и разумными, в настоящее время не актуальны и не обязательны. Следовательно, целесообразно рассматривать функциональное управление ценностями как циклический и динамичный процесс, который бесконечен.

---

**Ключевые слова:** ценностно ориентированное корпоративное управление, ценностно ориентированное управление предприятиями, ценности, кодификация, коммуникация внедрение, контроль, акционерная стоимость.

---

**VALUE-ORIENTED CORPORATE GOVERNANCE IS A CONTINUATION OF  
VALUE-ORIENTED ENTERPRISE MANAGEMENT****Stepanyuga Larisa Alexandrovna**Senior Lecturer of the Department of Tourism and Hospitality State Educational Institution of  
Higher Education "Vladimir Dahl Luhansk State University"

---

**ABSTRACT**

---

Value-based business management is constantly transforming. Values that were progressive and reasonable are not currently relevant or binding. Therefore, it is appropriate to treat functional value management as a cyclic and dynamic process that is infinite.

---

**Keywords:** value-oriented corporate governance, value-oriented enterprise management, values, codification, communication implementation, control, shareholder value.

---

В эпоху беспрецедентного глобального импульса, созданного политическими и экономическими кризисами, корпоративное руководство предприятиями начало свою трансформацию, которая отразилась на состоянии и динамике развития систем руководства и контроля над деятельностью предприятий. В настоящее время очень важно,

чтобы все процессы трансформации проходили эффективно и оперативно. После того как на протяжении длительного периода акционерная стоимость, то есть максимизация прибыли, была первостепенной задачей всех предприятий как отечественных, так и зарубежных, все больше и больше руководителей внедряют в своих предприятиях ценностно ориентированное корпоративное управление. Восприятие социальной и экологической ответственности приобретает все большее значение в предприятиях разного уровня и положения на рынке [1, с. 64]. Многие предприятия осознали, что бизнес, основанный на этических, моральных и социальных ценностях, более успешный в долгосрочной перспективе, чем бизнес, ориентированный на получение прибыли в краткосрочной перспективе.

Под ценностно ориентированным корпоративным управлением понимают управление предприятием не только по количественным, финансово-экономическим показателям, но и по качественным показателям, которые могут включать в себя все морально-культурные, социальные и другие нефинансовые ценности. Таким образом, в ценностно ориентированном корпоративном управлении вопросы морали и социальной ответственности играют решающую роль.

Предприятие, управляемое с учётом ценностей, уделяет внимание не только благополучию своих сотрудников, но и влиянию своих действий на общество в целом и окружающую среду в равной степени. Не только максимизация прибыли для собственников бизнеса является единственным критерием корпоративного управления, но и серьёзно воспринимается собственная социальная и экологическая ответственность. Таким образом, корпоративное управление предприятием, основанное на ценностях, ставит под сомнение каждое важное решение о том, какое влияние оно может оказать на сотрудников, общество и окружающую среду. Для этого утвердилось понятие «корпоративная социальная ответственность». Соответственно, руководство не только согласовывает управление предприятием с интересами собственников (акционеров), но и учитывает интересы всех других групп (заинтересованных сторон) предприятия.

Следует различать ценностно ориентированное управление и ценностно ориентированное корпоративное управление. В ценностно ориентированном управлении на первом месте стоит рациональность экономической цели. Это означает, что бизнес должен служить исключительно интересам своих владельцев, сосредоточившись на своих доходах, активах и финансовом положении и, соответственно, должен максимизировать свою прибыль в кратчайшие сроки, не особо заботясь о социальных и экологических последствиях своей деятельности.

Ценностно ориентированное корпоративное управление часто рассматривается как противоположность концепции ценностно ориентированного управления [2, с. 111-113]. Однако, скорее, это следует рассматривать как продолжение ценностно ориентированного управления. Ценностно ориентированное корпоративное управление учитывает интересы сотрудников и общества, а также их влияние на окружающую среду в дополнение к интересам собственников бизнеса. Таким образом, целью предприятия, управляемого с учётом ценностей, является не только максимизация выгод владельцев, но и увеличение выгод для общества в целом.

Учитывая вышеизложенное, ценностно ориентированное управление и ценностно ориентированное корпоративное управление следует рассматривать не как противоречие, а скорее, как явное расширение концепции акционерной стоимости.

Внедрение ценностно ориентированного корпоративного управления осуществляется в четыре этапа.

Первый этап – кодификация. Предусматривает систематизацию и определение основных ценностей предприятия посредством заявления миссии предприятия.

Второй этап – коммуникация. Донесение систематизированных ценностей, лежащих в основе управления предприятия, до всех сотрудников, клиентов и деловых партнёров посредством внутренних и внешних корпоративных коммуникаций.

Третий этап – внедрение. Закрепление ценностей предприятия в форме руководящих принципов, рабочих инструкций или программ соблюдения нормативных требований для сотрудников.

Четвёртый этап – контроль. Чем шире ценностная база корпоративного управления, тем больше времени требуется для её реализации. Чтобы сопровождать успешную реализацию, необходимо постоянно оценивать и контролировать посредством различных средств, от опросов сотрудников до показателей, основанных на контроле [3, с. 67].

Ценностно ориентированное управление предприятием не является самоцелью. Конечно же, все предприятия должны быть нацелены на высокодоходность. Но в конечном итоге это возможно только в том случае, если имеет место доверие потребителей, а сотрудники лояльны к работодателю. Таким образом, ценностно ориентированное корпоративное управление – это, прежде всего, действенный инструмент для повышения удовлетворённости своих сотрудников и потребителей.

Многочисленные исследования, проведённые за последние несколько десятилетий, показали, что сотрудники работают не только для того, чтобы зарабатывать деньги, но и для самореализации. Так, служба исследований HeadHunter в ноябре текущего года провела опрос около 5 тысяч российских респондентов. Из результатов опроса следует, что на первом месте мотивации стала высокая зарплата (этот вариант выбрал 61% респондентов). На втором месте по значимости стали возможности для карьерного роста и удобный график работы – 34% респондентов, из них 43% опрошенных, являющихся представителями сферы «Туризм, гостиницы и рестораны» указали на возможность карьерного роста. На третьем месте – масштабные и интересные задачи, а на четвёртом месте – официальное оформление и белая зарплата, то есть гарантии, предусмотренные действующим законодательством Российской Федерации.

В ходе исследования установлено, что ценности создают идентичность. Сотрудники, как правило, лучше идентифицируют себя с предприятиями, ориентированными на ценности. Это, в свою очередь, повышает лояльность к предприятию и удержание сотрудников. Ценности обеспечивают поддержку и ориентацию. Корпоративные ценности служат для сотрудников ориентиром в процессах принятия решений. Сотрудники, которые знают и принимают ценности своего предприятия, как правило, принимают лучшие решения для предприятия. Ценностно ориентированное корпоративное управление предприятием вызывает доверие у потребителей. Потребители зная, что предприятие заботится о проблемах общества и окружающей среды проявляют большую готовность покупать продукты или услуги этого предприятия.

Вывод. Ценностно ориентированное корпоративное управление является актуальным для любой сферы бизнеса в период глобального экологического кризиса и растущей социальной напряжённости. Только те предприятия, которые учитывают своё влияние на сотрудников, общество и окружающую среду при принятии всех важных решений, будут успешными в долгосрочной перспективе. Концепция максимизации чистой прибыли не находит признания у большинства населения, в связи с этим предпринимателям следует внедрять ценностно ориентированное корпоративное управление бизнесом в своих предприятиях.

#### Список литературы:

1. Менеджмент: традиционные и современные модели: справочное пособие / В.В. Филатов, А. Е. Алексеев, Ю. А. Галицкий [и др.]; под ред. В. В. Князева, Д.С. Петросяна. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 474 с. - (Справочники ИНФРА-М). - ISBN 978-5-16-012235-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047191> (дата обращения: 06.12.2023). - Режим доступа: по подписке.
2. Васконселлос-и-Са, Жоржи Забытая фирма. Перспективный подход к решению проблемы одновременного управления настоящей компанией и компанией будущего / Жоржи Васконселлос-и-Са. - М.: Баланс Бизнес Букс, 2016. - 162 с.
3. Гордеева, О. Г. Учет и анализ в условиях ценностно-ориентированного управления: монография./ О.Г.Гордеева. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 136 с. - (Научная мысль). - [www.dx.doi.org /10.12737/5987](http://www.dx.doi.org/10.12737/5987). - ISBN 978-5-16-010365-5. - Текст: электронный. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009724> (дата обращения: 06.01.2023). - Режим доступа: по подписке.

#### References:

1. Management: traditional and modern models: reference manual/V.V. Filatov, A.E. Alekseev, Yu. A. Galitsky [and others]; ed. V.V. Knyazeva, D.S. Petrosyan. - Moscow: INFRA-M, 2020. - 474 p. - (INFRA-M Reference Books). - ISBN 978-5-16-012235-9. - Text: electronic. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047191> (accessed date: 06.12.2023). - Access mode: by subscription.
2. Vasconcellos y Sa, Georges Forgotten Firm. A promising approach to solving the problem of simultaneous management of the present company and the company of the future/Georges Vasconcellos-i-Sa. - M.: Balance Business Books, 2016. - 162 c.
3. Gordeeva, O.G. Accounting and analysis in the context of value-oriented management: monograph ./O.G. Gordeeva. - M.: INFRA-M, 2019. - 136 p. - (Scientific thought). - [www.dx.doi.org /10.12737/5987](http://www.dx.doi.org/10.12737/5987). - ISBN 978-5-16-010365-5. - Text: electronic. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009724> (accessed date: 06.01.2023). - Access mode: by subscription.