

механізм правового регулювання надання даних про осіб, які впливають на прийняття рішень у компанії та бенефіціарних власниках; доопрацювати законодавчу базу захисту інтересів акціонерів, чия частка не дозволяє їм брати участь у прийнятті рішень. Отже, проблема корпоративного управління має велике значення не тільки для самих менеджерів та власників бізнесу, але й величезне значення для всієї української економіки загалом.

Інформаційні джерела

1. Родіонова І.В. Використання світового досвіду корпоративного управління промислових підприємств. Економіка та управління підприємства. Економіка і суспільство. 2017. Випуск № 12. С. 319–323.

2. Стеблюк Н., Люта А. Використанні міжнародного досвіду корпоративного управління в Україні. Collection of Scientific Papers «SCIENTIA», (May 6, 2022; Vilnius, Lithuania), 2022. С. 29–30. URL: <https://previous.scientia.report/index.php/archive/article/view/158>

3. Харун О.А. Розвиток корпоративного управління в умовах глобалізації. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Економіка та управління підприємствами. 2018. Вип. 6 (17). С. 409–415.

УДК 658.114.5:005.21

Р.М. Бугріменко, д-р екон. наук, проф. (*ДБТУ, Харків*)

СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ДО КОМУНІКАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Сучасний світ, що характеризується стрімкими технологічними змінами, економічними кризами, політичною нестабільністю та невизначеністю на ринках, ставить перед підприємствами нові завдання щодо забезпечення ефективного управління та комунікацій.

У цих умовах здатність підприємства не лише адаптуватися до змін, але й ефективно взаємодіяти з різними стейкхолдерами (співробітниками, інвесторами, клієнтами, партнерами) є визначальною для його успіху. Комунікаційний менеджмент відіграє ключову роль у підтримці репутації компанії, формуванні довіри до неї, а також забезпеченні стабільної роботи всередині організації. Одночасно, стратегічні підходи до корпоративного управління дозволяють створити гнучкі структури, які швидко реагують на зовнішні загрози і можливості, оптимізуючи процеси прийняття рішень.

Зважаючи на постійно зростаючу важливість адаптивного управління та комунікацій, дослідження стратегічних підходів до цих аспектів є вкрай актуальним для розуміння того, як сучасні організації можуть залишатися конкурентоспроможними, ефективно реагуючи на виклики глобального середовища.

Корпоративне управління – це система принципів, процесів та правил, які регулюють діяльність компанії та її стосунки з акціонерами, правлінням, керівництвом, працівниками та іншими зацікавленими сторонами. У періоди невизначеності, коли зростає складність зовнішнього середовища та ризикованість прийняття рішень, роль корпоративного управління стає особливо важливою для забезпечення стійкості компанії.

Прозорість управління, чітка структура прийняття рішень та відповідальність керівництва є основою для довіри з боку акціонерів та інвесторів. В умовах невизначеності, коли інформаційні потоки змінюються швидше, ніж компанія може адаптуватися, прозорі механізми корпоративного управління дозволяють уникнути паніки серед стейкхолдерів і створити стабільність.

Ключовим аспектом є впровадження чітких механізмів управлінського контролю та звітності. Це включає регулярну оцінку ризиків, аналіз діяльності, моніторинг ключових показників ефективності (KPI) і оперативне інформування про можливі загрози та можливості. Прозоре корпоративне управління забезпечує не лише контроль за діями керівництва, але й залучає акціонерів до прийняття стратегічних рішень.

Гнучкість корпоративної структури є ще одним важливим фактором успіху в умовах невизначеності. Жорсткі ієрархії та бюрократія можуть перешкоджати швидкій адаптації до змін. Тому важливо, щоб управлінські органи підприємства мали можливість оперативно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та вчасно вносити корективи у стратегію.

Адаптивне управління включає здатність компанії до експериментів, впровадження інновацій та мобілізації ресурсів для швидкого реагування на виклики. Це може бути досягнуто через децентралізацію управлінських функцій, делегування повноважень на нижчі рівні та створення команд, які швидко приймають рішення у відповідь на нові загрози.

Управління ризиками завжди було важливою частиною корпоративного управління, проте в умовах невизначеності це питання виходить на перший план. Важливим є не лише ідентифікація та оцінка ризиків, але й розробка стратегій мінімізації їхнього впливу на діяльність компанії. Це включає як фінансові, так і репутаційні ризики, пов'язані з управлінням, виробництвом, маркетингом та соціальною відповідальністю.

Стратегічне управління ризиками дозволяє компаніям бути готовими до непередбачуваних подій. Створення планів дій на випадок кризових ситуацій (кризового менеджменту) та регулярне оновлення сценаріїв розвитку подій є необхідними елементами сучасного корпоративного управління.

Комунікація відіграє вирішальну роль у будь-якому бізнесі, але в умовах невизначеності її значення зростає у кілька разів. Від того, наскільки ефективно організована комунікація як всередині компанії, так і з її зовнішніми стейкхолдерами, залежить не лише оперативність реакції на кризові ситуації, але й збереження довіри та лояльності з боку співробітників, клієнтів та партнерів.

В умовах криз та невизначеності найголовніше – це підтримка чіткого, регулярного та прозорого діалогу між керівництвом та співробітниками. Працівники повинні знати про всі важливі зміни, які відбуваються в компанії, зокрема про стратегії подолання кризових ситуацій, дії, які плануються, та очікування щодо результатів. Відсутність інформації або невизначеність може призвести до зниження мотивації та виникнення панічних настроїв серед персоналу.

Ключовим елементом є підтримка відкритого зворотного зв'язку. Співробітники мають відчувати, що їхні думки та пропозиції враховуються, особливо в періоди невизначеності, коли їхній внесок може бути критично важливим для вирішення поточних проблем.

У періоди невизначеності компанії повинні посилювати свою взаємодію з клієнтами, інвесторами, партнерами та громадськістю. Швидка та чітка зовнішня комунікація сприяє збереженню довіри з боку зацікавлених сторін, запобігає дезінформації та сприяє підтримці позитивного іміджу компанії.

Один із ключових аспектів – це проактивна комунікація. Замість того, щоб реагувати на інформаційні запити, компанія повинна активно інформувати своїх партнерів та клієнтів про ситуацію, зміни у діяльності та плани на майбутнє. Це дозволяє не лише уникати поширення чуток, але й зміцнювати позиції компанії як надійного партнера.

В умовах невизначеності довіра стає найважливішим активом для компанії. Своєчасна, достовірна і прозора інформація дозволяє компанії зберігати свою репутацію навіть в умовах кризових ситуацій. Зворотнє, тобто відсутність чіткої інформації або маніпуляція фактами, може мати катастрофічні наслідки для іміджу компанії.

Для збереження довіри з боку стейкхолдерів, компанії повинні мати чітко розроблену комунікаційну стратегію, що передбачає регулярне інформування про розвиток подій, рішення, які приймаються керівництвом, та заходи, спрямовані на подолання кризи.

Корпоративне управління та комунікаційний менеджмент повинні бути інтегровані в єдину стратегію, яка дозволяє підприємству не лише реагувати на невизначеність, але й використовувати її для свого розвитку. Серед ключових стратегій, що можуть бути ефективними в таких умовах, можна виділити наступні:

1. Підвищення гнучкості управління. Гнучкість корпоративного управління є критично важливою в умовах швидких змін і нестабільності ринку. Гнучкі моделі управління дають можливість підприємству швидко приймати рішення, адаптуватися до нових умов і швидше виходити на ринок з новими продуктами або послугами. Гнучке управління передбачає децентралізацію прийняття рішень, що дозволяє середньому та нижньому рівням менеджменту самостійно вирішувати питання, що стосуються їхньої компетенції. Це підвищує швидкість реагування на ринкові зміни, адже рішення можуть прийматися без затримок, пов'язаних з необхідністю погодження на вищих рівнях ієрархії.

2. Розвиток кризового комунікаційного менеджменту. Кризовий комунікаційний менеджмент – це стратегічний підхід, який дозволяє компаніям ефективно реагувати на непередбачувані події, зберігаючи позитивний імідж і підтримуючи довіру стейкхолдерів. Невизначеність і кризи, такі як економічні рецесії, політичні конфлікти або глобальні пандемії, можуть загрожувати репутації компанії та призводити до втрат клієнтів, інвесторів і партнерів. Ефективна комунікація під час кризових ситуацій допомагає зменшити негативні наслідки і зміцнити довіру.

3. Використання цифрових технологій. Цифрові технології мають надзвичайно важливе значення для сучасних організацій, особливо в умовах невизначеності. Вони дозволяють компаніям підвищити ефективність управлінських процесів, покращити комунікацію, зменшити витрати і підвищити адаптивність до змін. Цифрові платформи, такі як хмарні технології, автоматизовані системи управління, аналітичні інструменти та штучний інтелект, дозволяють підприємствам швидше приймати управлінські рішення на основі реальних даних. Це зменшує ймовірність помилок, викликаних людським фактором, та покращує точність стратегічного планування.

Корпоративне управління та комунікаційний менеджмент є основними чинниками стійкості та успіху підприємства в умовах невизначеності. Ефективне управління ризиками, прозорі комунікаційні стратегії та гнучкість управління дозволяють компаніям адаптуватися до змін і зберігати довіру з боку своїх стейкхолдерів. Використання цих підходів допомагає не лише долати кризи, але й використовувати їх як можливість для подальшого розвитку та зміцнення позицій на ринку.

УДК 334.72 : 631.15

М. М. Гуменюк, канд. екон. наук, доц. (ПДСГДС ІСГ Карпатського регіону НААН, м. Івано-Франківськ)

Д. В. Неміш, канд. екон. наук, ст. наук. співроб. (ПДСГДС ІСГ Карпатського регіону НААН, м. Івано-Франківськ)

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ТА ТЕХНОЛОГІЙ ФЕРМЕРСЬКИМИ ГОСПОДАРСТВАМИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Розвиток фермерських господарств значною мірою залежить від впливу факторів, зумовлених військовим станом, глобалізацією євроінтеграційних процесів та вдосконаленням законодавства про власність на землю. Незважаючи на сукупність суб'єктивних та об'єктивних труднощів, фермерські господарства знайшли свою економічну нішу в аграрному секторі економіки країни. Фермерські господарства є чи не основним фактором повоєнного відновлення сільських територій, спрямовуючи свою діяльність на насичення