

Павленко Г. В.
магістр,
Державний торговельно-економічний університет
м. Київ, Україна

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-415-6-53>

КОРПОРАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ

На даний час, в умовах прискорення економічного розвитку, у світі стрімко наростає швидкість змін, час бізнес-циклу від ідеї до отримання прибутку скоротився від декількох років до декількох місяців, а компаніям для ефективної діяльності не обов'язково мати матеріальні активи. Компаніям, щоб виживати в нових умовах, необхідно підвищувати якість прийнятих стратегічних рішень, причому такі рішення мають бути швидкими, гнучкими та аналітично обгрунтованими. В основі такого шляху розвитку мають бути інтелектуальні способи реалізації корпоративного менеджменту міжнародної компанії.

Розвиток передових технологій управління на сучасному етапі призводить до посилення конкуренції між компаніями, збільшення тиску на існуючі механізми прийняття рішень, оскільки щороку зростає не тільки потік інформації, але й посилюється регуляторний вплив на осіб, які приймають рішення.

Питання, пов'язані з конкуренцією, регуляторним тиском та очікуваннями стейкхолдерів, з роботою з інформацією, є найбільш актуальним викликом для такого елемента корпоративних відносин, як корпоративний менеджмент, що формується за принципом представництва. В умовах технологічних зрушень насамперед корпоративний менеджмент як стратегічна форма управління, що адаптує компанію під нові умови, змушений змінюватися: актуалізувати свою роль з урахуванням викликів часу, підвищувати ефективність управлінських рішень, щоб не ставати слабкою ланкою в ланцюжку бізнес-відносин.

Корпоративний менеджмент можна назвати одним із революційних організаційних винаходів людства, який з'явився під впливом соціальних, технологічних та політичних зрушень та багато в чому

сприяв трансформаціям у ході технологічних революцій, дозволяючи мобілізувати капітал, сприяючи розвитку міжнародної торгівлі та розвитку комунікацій між учасниками корпоративних відносин.

У сучасному форматі корпоративний менеджмент, який представляє собою звичний у XXI столітті набір стейкхолдерів, що впливає на прийняття корпоративних рішень, так само як і на порядок рішень, що приймаються учасниками корпоративних відносин, сформувався не відразу. Зміни в корпоративному управлінні відбувалися поступово як серія адаптацій до трансформацій у суспільстві та на кожному етапі відповідали викликам часу.

З розвитком правового регулювання, культури, інститутів, фінансової системи та фінансових ринків, зміною ролі держав у діяльності корпорацій, процесами глобалізації, залученням та розподілом влади різних стейкхолдерів, новими можливостями комунікацій та збільшенням швидкості роботи з інформацією та технологіями корпоративний менеджмент та процеси прийняття рішень ставали все більш схожими на прийняті в корпоративному управлінні на сучасному етапі.

Найважливішою віхою у розвитку теорії корпоративного управління, яка суттєво вплинула на прийняття рішень у системі корпоративного менеджменту за рахунок необхідності урахування інтересів не лише власників, а й інших учасників корпоративних відносин, є поява «стейкхолдерської теорії» у середині 1970-х років. Виникнення цієї теорії асоціюють з іменами Р. Акоффа та Е. Фрімана. Згідно з «стейкхолдерською теорією», компанія має зобов'язання не лише стосовно своїх акціонерів, а й стосовно різних груп зацікавлених осіб: кредиторів, підрядників, постачальників, громадських організацій та інших. При цьому, вибудовуючи стійкі взаємовигідні взаємини із зацікавленими сторонами, враховуючи їхні інтереси при прийнятті рішень, компанія досягає поставленої стратегічної мети.

Далі «стейкхолдерська теорія» поступово розвивалася: деякі вчені працювали над уточненням визначення, інші звертали увагу на класифікацію груп стейкхолдерів, розвивалися й інші, пов'язані зі «стейкхолдерською», теорії.

У 1992 р. Ч. Хіллом та Т. Джонсом було запропоновано комбіновану теорію – «агентську теорію зацікавлених сторін».

Практичну гостроту проблем, описаних теоріями, показали хвилі корпоративних скандалів у розвинених країнах, особливо у США та Великій Британії. Скандали, пов'язані з найбільшими компаніями,

наново продемонстрували проблеми корпоративного менеджменту. У відповідь на них, для регламентації основних принципів корпоративного управління та прийняття рішень, були підготовлені перші кодекси корпоративного управління у Великій Британії (спочатку Кедбері, а потім Об'єднаний кодекс корпоративного управління), у Південній Африці (Кінг), у Франції (В'єно), у Нідерландах (Петерс). У 1999 році Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) опублікувала перший міжнародний документ «Принципи корпоративного управління ОЕСР», зібравши найкращу на той момент практику корпоративного менеджменту, згодом оновлюючи її, а в 2002 вийшов Акт Сарбейнса-Окслі в США. У цих документах було описано основні принципи корпоративного управління та менеджменту, порядок прийняття рішень органами управління в компаніях, який можна порівняти з поточним розумінням відносин ключових зацікавлених сторін у рамках процесу прийняття рішень.

Як показано на рис. 1, ядром системи корпоративного управління є відносини, пов'язані з прийняттям рішень у класичному трикутнику «акціонери – рада директорів – менеджмент». При цьому, якість управлінських рішень з урахуванням балансування інтересів зацікавлених сторін безпосередньо впливає на ефективність корпоративного менеджменту.

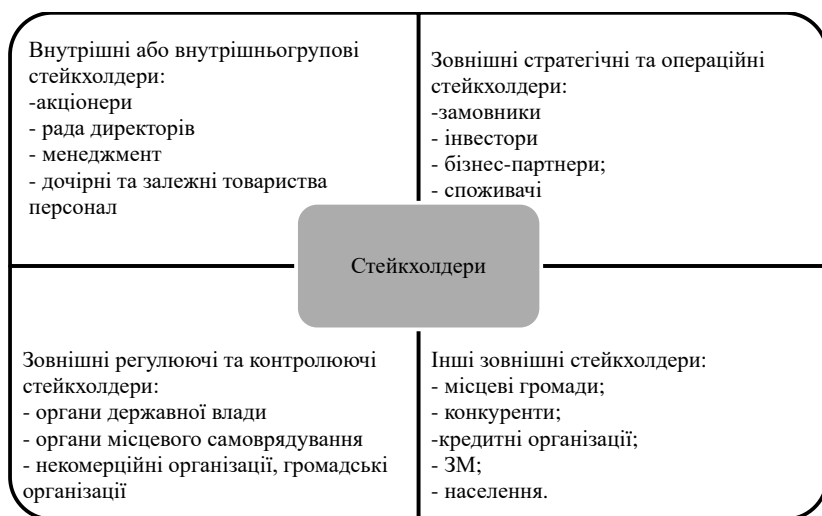


Рис. 1. Система корпоративного управління

Ще однією невід'ємною частиною корпоративного менеджменту та прийняття корпоративних рішень є комунікації та робота з різною інформацією. Незважаючи на те, що теорія корпоративного менеджменту розпочала свій розвиток у минулому столітті і активно розвивається досі, «інформаційна природа» корпоративного менеджменту залишається незмінною.

Таким чином, поняття «корпоративний менеджмент» має зв'язок не лише з економічними інтересами власників цінних паперів компанії та правовими нормами захисту даних інтересів, а й невід'ємно від існування складних та багатосторонніх соціальних відносин з приводу акумулювання, поширення та аналізу економічної інформації.

Навіть у ринкових умовах господарювання не всі підприємства прагнуть максимізувати свій прибуток. Більшість державних та благодійних організацій, а також об'єднань та асоціацій підприємств мають зовсім іншу мету. Неприбуткові організації, зазвичай, орієнтовані на соціальні цілі.

Некомерційний сектор включає підприємства різного розміру та типів, що зазвичай служать благодійним, освітнім, волонтерським або соціальним цілям.

Неприбуткові підприємства не виплачують дивіденди своїм акціонерам. Натомість вони створюють соціальні блага. Створюючи соціальний капітал, некомерційні організації прагнуть вирішити існуючі проблеми та розвивати суспільство.

Природа неприбуткових організацій є досить специфічною, тому їхній корпоративний менеджмент має свої особливості, а саме:

- основна мета неприбуткових організацій – служіння суспільству;
- прибуток не є критерієм чи метою;
- надлишки доходу не розподіляються між членами;
- окрема юридична сутність;
- управління здійснюється обраними працівниками;
- основні кошти неприбуткових організацій надходять від внесків і пожертвувань.

Отже, традиційні проблеми корпоративного менеджменту як міжнародних компаній так і неприбуткових організацій при прийнятті рішень не втрачають своєї актуальності та залишаються основними. При цьому проблеми, що впливають на процеси прийняття рішень у системі корпоративного менеджменту, посилюються разом із суттєвим збільшенням інформаційного потоку, обмеженнями сприйняття та

обробки даних особою, поряд із швидким технологічним розвитком потенційних конкурентів.

Література:

1. Александров В.В. Перспективи застосування принципів корпоративного управління у вітчизняних компаніях. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. Економічні науки. 2016. № 47 (1219). С. 17–20.

2. Бочарова Н.А. Розмежування понять «корпоративне управління» та «корпоративний менеджмент». *Економіка транспортного комплексу*. 2021. Вип. 37. С. 21–37.

3. М'ясоїд Г.І. Корпоративне управління та корпоративний менеджмент туристичного підприємства. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2017. № 1 (22). С. 87–99.

4. Павлов В.І., Мишко О.А. Корпоративне управління в акціонерних товариствах: монографія. Луцьк : Надтир'я; Рівне НУВГП, 2006. 180 с.

5. Шкільняк М.М. Менеджмент у системі корпоративного управління. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2018. № 2. С. 7–20.