

боти для зв'язку зі споживачами з метою прямого контакту, розсилки новин та інших корисних матеріалів.

Таким чином, використання комунікаційних технологій у торгівельній галузі не тільки спрощує бізнес-процеси, але й робить компанії більш адаптованими до швидких змін у бізнес-середовищі. Технології дозволяють торговим підприємствам бути більш гнучкими, інноваційними та конкурентоспроможними в умовах постійної динаміки ринку.

Список використаних джерел

1. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції. Черкаси: Брама-Україна. 2010. 224 с.
2. Тронько В. В. Вплив ІКТ на економічний розвиток країни. *Ефективна економіка*. 2015. №4. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3959> (дата звернення: 07.11.2023).
3. Гронь О. В., Сатушева К. В. Сучасні технології комунікації в міжнародному бізнесі. *Моделювання регіональної економіки*. 2019. Вип. 2(34). С. 86-96.
4. Мажуга А. С., Сокол П. М., Хамініч С. Ю. Особливості PR-діяльності на ринку продуктового ритейлу України. *Серія: Економіка та підприємництво*. 2020. № 3 (114). С. 63-68.
5. How globalization has changed corporate communication. URL : <https://www.diggitmagazine.com/articles/how-globalization-has-changed-corporate-communication> (дата звернення: 08.11.2023).

Познякова Т. С.

студентка 54 групи ФМОІТ

Волчек Р. М., к.е.н., доцент

кафедри менеджменту організацій

Одеський національний економічний університет

КРИТЕРІЇ РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ВІДПОВІДНО ДО НІМЕЦЬКОЇ ТА ЯПОНСЬКОЇ МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Японська модель корпоративного управління сформувалася навколо основного банку і кейрецу. Банк надає своїм корпоративним клієнтам кредити і послуги з випуску цінних паперів, веденню розрахункових рахунків і послуги з консалтингу. Таким чином, банк стає основним внутрішнім акціонером компанії, що неможливо у інших моделях через антимонопольне законодавство [1, с. 71]. Кейрецу – це групи корпорацій, які спільно володіють позиковими коштами та власним капіталом, торгівлею товарами та послугами (фінансово-промислові мережі).

У корпоративному управлінні відносно японської моделі велику роль відіграє державна економічна політика, тобто уряд має офіційне та неофіційне представництво в Раді корпорацій.

В японській моделі корпоративного управління можна виділити наступних учасників:

- ключовий банк;
- афілійована компанія або кейрецу;
- керівний персонал – правління;
- уряд.

У Японії діють досить суворі правила щодо розкриття інформації. Підприємства мають надавати дані щодо:

- структури капіталу;
- відомостей щодо кандидатів в члени Ради директорів;
- відомостей про винагороду керівному персоналу;
- інформації про злиття або реорганізацію;
- зміну в статуті, які пропонуються;
- прізвища осіб або назви компаній, які запрошуються для проведення аудиторської перевірки.

В свою чергу, німецька модель корпоративного управління, хоч і має спільні риси з японською, значно відрізняється. Ця модель характеризується високою концентрацією акціонерного капіталу (принаймні один акціонер володіє пакетом акцій, який складає більше 10% сукупного капіталу, а в більшості випадків три найбільші акціонери володіють в сукупності понад 50% акцій своєї компанії).

Німецькою моделлю корпоративного управління користуються в Німеччині, Австрії, Швейцарії, Нідерландах, а також її елементи використовують в Бельгії та Франції, Скандинавських країнах [2, с. 71].

Характерними рисами німецької корпоративної моделі є:

1. Наявність двопалатної Ради, яка складається з Виконавчої та Наглядової рад. До Виконавчої ради входять управлінський персонал й інсайтери, до Наглядової – представники акціонерів, службовців та робітників, проте це обов'язково мають бути незалежні представники. Важливою умовою є роздільність палат: одна людина не може одночасно входити до Виконавчої та Наглядової рад.

2. Чисельність Наглядової ради встановлюється законом і не може змінюватися корпорацією.

3. Встановлення обмеження щодо голосування акціонерів. Статут підприємства може обмежувати кількість голосів, яку має акціонер на зборах (кількість голосів не завжди збігається з кількістю акцій, якими володіє акціонер).

Діяльність підприємств регулюється федеральними та місцевими законами «Про акціонерні товариства», «Про фондові біржі», «Про комерцію», законами про склад Наглядових рад тощо.

Корпорації повинні звітувати про:

- фінансову інформацію кожні пів року;
- структуру капіталу;
- детально про кандидатів в члени Наглядової ради;
- інформацію про винагороду членам Виконавчої та Наглядової рад;
- починаючи з 1995 року, дані акціонерів, які володіють 5 і більше відсотками акцій корпорацій (до 1995 року необхідно було повідомляти лише прізвища акціонерів, які володіють більш ніж 25 відсотків);
- інформації про злиття або реорганізацію;
- запропоновані зміни в статуті;
- прізвища осіб або назви компаній, які запрошуються для проведення аудиторської перевірки [3, с. 85].

На відміну від японської корпоративної моделі, у німецькій моделі з акціонерами необхідно узгоджувати наступні питання:

- капіталу;
- ухвалення рішень щодо співпраці з філіями;
- внесення змін до статуту;
- підвищення суми винагороди членам Наглядової ради;
- поглинання та злиття корпорації, придбання контрольного пакету акцій.

Список використаних джерел

6. Ткачук І. І. Аналіз класичних моделей корпоративного управління. *Економічна наука*. 2014. №11. С. 69-73.
7. Атаманчук З.А., Макогін З.Я., Моделі корпоративного управління: світовий досвід та проблеми формування в Україні в умовах сучасних викликів та загроз. 2022. №2 (46). С. 67-75.
8. Полінкевич О., Лещук В. Японська модель корпоративного управління підприємницькими структурами. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2018. №2. С. 83-88.

Познякова Т. С.
студентка 54 групи ФМОІТ

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

Інновація в сільському господарстві (агроінновація, інновація в агропромисловому комплексі) – це результат праці, отриманий завдяки використанню нових наукових знань, що прямо чи опосередковано сприяють вдосконаленню процесу виробництва сільськогосподарської продукції та створюють додаткову споживчу вартість, та водночас спрямований на вдосконалення предмету дослідження цих знань [1. с. 73].