

на рівні держави. Реклама повинна не лише просувати окремі компанії, а й підкреслювати загальну репутацію країни як надійного виробника та експортера.

Репутаційні ризики є невід'ємною складовою міжнародного рекламного менеджменту агробізнесу. Вони виникають під впливом культурних бар'єрів, невідповідності рекламних обіцянок реальності, інформаційних атак і політичної нестабільності. Водночас системний підхід до управління цими ризиками, заснований на культурній адаптації, прозорості, антикризових комунікаціях і цифрових інструментах, дозволяє мінімізувати їх вплив і навіть використовувати для посилення конкурентних позицій. Для українських аграрних підприємств робота з репутаційними ризиками є не лише захистом від можливих загроз, а й стратегічним ресурсом для розширення експортних можливостей і формування позитивного іміджу на глобальному ринку.

Список використаних джерел

1. Зайцева О., Гавловська Н., Чумак Р. Маркетингові інструменти забезпечення економічної безпеки рекламного бізнесу у цифровому середовищі. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*. 2024. Т. 330, № 3. С. 227–230.
2. Гончаренко Ю. О. Еволюція підходів до PR-діяльності в українському бізнесі: від іміджу до економічного результату. *Академічні візії*. 2022. № 8–9. С. 43–53.
3. Кісіль Б. О. Методи визначення та оцінки репутаційних ризиків підприємства. *Молодий вчений*. 2016. № 1. С. 782–786.

Макаренко В. Ю.,

канд. екон. наук, старший викладач
кафедри менеджменту та фінансів,
Національна академія Національної
гвардії України, м. Харків

УДК 005:502.131

DOI: <https://doi.org/10.64076/ihrc250925.12>



АДАПТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Діяльність суб'єктів господарювання як на національному, так і на міжнародному рівнях перебуває під значним впливом множинних дестабілізуючих чинників. Сукупність таких феноменів, як світові кризи (пандемія, воєнні конфлікти), прискорений технологічний прогрес, повна цифровізація та переорієнтація управлінських

парадигм на екологічні та соціальні пріоритети, актуалізує необхідність інноваційної трансформації. Для посилення здатності до пристосування в умовах сучасного бізнес-середовища, організації повинні впроваджувати нові форми організації, стратегічне планування та інноваційний менеджмент.

Наразі стратегічно важливим завданням, що стоїть перед організаціями України є необхідність розробки або актуалізації стратегії сталого розвитку та її подальшої імплементації в загальну стратегію управління. Відтак сучасний стан функціонування українських організацій вимагає впровадження адаптивного менеджменту.

Проте, інтеграція засад сталого розвитку в стратегію управління супроводжується комплексом викликів і ризиків. В умовах невизначеності та потійної зміни зовнішнього середовища від системи менеджменту вимагається підвищення гнучкості, адаптивності та здатності реагувати на політичні, ринкові, соціальні та екологічні чинники, що активно впливають на досягнення цілей організації [1].

Пропонуємо розглядати сутність адаптивного менеджменту як підтримку внутрішньої стабільності організації під впливом мінливості зовнішнього середовища, а з іншого боку, імплементацію управлінських рішень з метою забезпечення своєчасного фітбеку усіх структурних елементів на зміну факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ [2].

Як стверджує Георгіаді Н. Г., адаптаційний менеджмент здатний збалансувати потреби бізнесу, суспільства та екології, при досягненні цілей сталого розвитку, задля підтримки конкурентоспроможності організації [3].

Список використаних джерел

1. Тяхтенко Н. А. Адаптивний менеджмент як важливий чинник повоєнного відновлення України. URL: <https://peers.international/paper/adaptivniy-menedzhment-yak-vazhliviy-chinnik-povoennogo-vidnovlennya-ukraini>.
2. Жосан Г. В. Адаптивний менеджмент і сталий розвиток: взаємозв'язок понять у контексті управління діяльністю підприємства в умовах невизначеності. Бізнес Інформ. 2021. № 3. С. 179-187. URL: <http://jnas.nbu.gov.ua/article/UJRN-0001261171>.
3. Георгіаді Н. Г. Поняття і види адаптаційних систем менеджменту підприємств. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-1>.

