

Висновки. Отже, на основі розгляду ситуації з витоком інформації Демократичної партії США у 2016 році можна зрозуміти наскільки негативними можуть бути наслідки невиконання правил цифрової гігієни. На жаль, ситуації з фішинговими листами у політичній діяльності стає лише більше, особливо через російських хакерів. Саме тому дотримання основ цифрової гігієни повинно бути обов'язковим серед користувачів, особливо, якщо вони мають відношення до політичної діяльності.

Список використаних джерел

1. *WikiLeaks releases thousands of documents about Clinton and internal deliberations.* URL: <https://www.washingtonpost.com/news/post-politics/wp/2016/07/22/on-eve-of-democratic-convention-wikileaks-releases-thousands-of-documents-about-clinton-the-campaign-and-internal-deliberations/>
2. *Why it's entirely predictable that Hillary Clinton's emails are back in the news.* URL: <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/11/01/why-its-entirely-predictable-that-hillary-clintons-emails-are-back-in-the-news/>
3. *CrowdStrike's work with the Democratic National Committee: Setting the record straight.* URL: <https://www.crowdstrike.com/blog/bears-midst-intrusion-democratic-national-committee/>
4. *Russian Threat Group Targets Clinton Campaign.* URL: <https://www.secureworks.com/blog/russian-threat-group-targets-clinton-campaign>
5. *Russian Hacks Show Cybersecurity Limits.* URL: <https://businessday.ng/technology/article/russian-hacks-show-cybersecurity-limits/>

УДК 303.4:330.341

Зелінська Ю.С., аспірант
Прямухіна Н. В., д.е.н., доцент,
доцент кафедри політології та
державного управління

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЕМЕРДЖЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

Перед керівниками та власниками підприємств в умовах високої непередбачуваності змін різноманітних процесів у ринковому середовищі, постає проблема способів зміцнення своїх конкурентних переваг. Для підвищення конкурентоспроможності, підприємства можуть використовувати стратегічне управління, за допомогою якого досягають цілей, шляхом розробки та реалізації різноманітних стратегій.

Намагаючись набути та утримати конкурентні переваги, менеджери підприємств розробляють, приймають та реалізують стратегічні рішення,

спрямовані на вирішення виявлених проблем існування з метою наближення наявних тенденцій розвитку до бажаних [1].

Для сучасного підприємства першочергового значення набуває не просто питання розроблення та формулювання стратегії, а передусім проблема створення та запуску дієвого механізму реалізації стратегічних рішень. Три типи стратегій були ідентифіковані ґрунтуючись на соціологічних дослідженнях Генрі Мінцберга [2]:

1) заплановані стратегії, розроблені за моделлю, подібною до двоетапного процесу К. Ендрюса;

2) нездійснені стратегії, які були визначені (сплановані), але ніколи не втілені в життя з різних причин: такі стратегії не мали достатньої підтримки або взагалі були відхилені, бо виявилися надто дорогими чи неадекватними змінам зовнішнього і внутрішнього середовищ підприємства;

3) стратегії на стадії становлення, які з'являються без того, щоб бути явно сформульованими або попередньо призначеними. Ці стратегії з'являються через взаємодію різних учасників як нове ненавмисне замовлення впродовж тривалого часу.

За результатами цих досліджень було запропоновано розрізняти дві групи моделей стратегічного процесу на підприємстві:

1) прескрептивні (до яких належать, зокрема, модель К. Ендрюса і модель стратегічного планування), в межах яких стратегію розуміють як образ рішень, що визначають наміри та цілі підприємства, формують політику та плани для їх досягнення; такі моделі пропонують ідеальну картину того, як стратегії мають формуватися на підприємстві;

2) описові (емерджентні) — моделі, що описують, як стратегії фактично формуються в компанії [3].

Емерджентна стратегія - це модель дій, яка описує бізнес-стратегію, що розвивається з часом, коли бізнес балансує свої цілі з мінливими обставинами. Ці стратегії з'являються після того, як бізнес здійснює набір дій, що повторюються, щоб виробити шаблон у своїх звичках. Емерджентна стратегія відрізняється від навмисної стратегії в бізнесі, оскільки модель емерджентної стратегії за визначенням є ненавмисною. Наведемо приклади непередбачуваних обставин, які можуть спонукати до емерджентних стратегій:

- зміни на ринку: несподівана зміна на ринку або в галузі компанії, наприклад, несподіване збільшення попиту, може призвести до емерджентних стратегій, оскільки компанія працює над вирішенням цих змін;

- економічні зміни: коливання в економіці також можуть спонукати до емерджентних стратегій;

- нові ідеї: у деяких ситуаціях емерджентна стратегія може з'явитися в результаті того, що працівник запропонував нову ідею.

Нижче наведено перелік принципів емерджентної стратегії в бізнесі:

- навчання: одним з принципів емерджентної стратегії є навчання, що означає, що бізнес може взяти на себе зобов'язання використовувати відкриття як рушійну силу для розробки стратегій і процесів;

- адаптація: іншим важливим принципом емерджентної стратегії є адаптація, здатність адаптуватися до мінливих обставин може допомогти підприємствам створювати стратегії, які є гнучкими та масштабованими;

- співпраця: здатність співробітників компанії співпрацювати для вирішення проблем може призвести до емерджентних стратегій, які допомагають компаніям вирішувати проблеми, пов'язані зі змінами.

Наведено переваги використання емерджентної стратегії в бізнесі:

- практичність - прийняття емерджентних стратегій може дозволити компаніям спрямувати свої ресурси на процеси, які можуть бути більш ефективними, ніж навмисні стратегії компанії;

- навчання - емерджентна стратегія пропонує компаніям можливість вчитися на основі стратегії та її результатів;

- можливості - свобода використання та аналізу емерджентних стратегій в компанії може дати можливість зростати в результаті застосування емерджентної стратегії;

- гнучкість - емерджентна стратегія може дозволити компаніям більш гнучко підходити до змін в галузі або економіці;

- креативність - здатність створювати і вчитися на емерджентних стратегіях може допомогти компаніям використовувати креативність для вирішення нових проблем за допомогою інноваційних рішень;

- покращення культури - емерджентна стратегія в бізнесі може призвести до більш позитивної культури на робочому місці в результаті підвищення креативності та гнучкості стратегій бізнесу.

Обмеження емерджентної стратегії:

- загроза «стратегічного дрейфу» підприємства;

- нечіткість формулювання цілей;

- складність оцінювання результатів реалізації стратегії.

Отже, сприятливим чинником успішного впровадження у стратегічний процес організації принципу емерджентності є середовище управління знаннями. Одним із перспективних напрямів подальших досліджень слід визнати, що при формуванні конкурентних стратегій управління підприємством використовувати емерджентні підходи, а також розробку моделей стратегічної та організаційної архітектури підприємства, які можуть забезпечити дієвість емерджентних реакцій у поведінці підприємства.

Список використаних джерел

1. Шериньова З.Є. *Стратегічне управління: підручник*. Київ, 2004. С. 699.
2. Мінцберг Г., Куїнн Дж., Гошал С. *Стратегічний процес; пер. з англ.; під ред. Ю.Н. Каптуревського*. Пітер, 2001. С. 688.

3. Управління розвитком компанії Посібники статті та книги: веб-сайт. URL: <https://posibniki.com.ua/> (дата звернення: 10.11.2022).

УДК 070

*Карась М. А., доцент
кафедри міжнародної журналістики*

ЗАСОБИ ПРОТИДІЇ УТИСКАМ СВОБОДИ СЛОВА З БОКУ ДИКТАТОРСЬКИХ РЕЖИМІВ

Київський університет імені Бориса Грінченка

У період з лютого 2022 року численні мас-медіа у Росії призупинили роботу, значна кількість була заблокована контролюючим органом путінської цензури РКН (Федеральна служба з нагляду за сферою зв'язку, інформаційних технологій і масових комунікацій, “Роскомнадзор”).

Одне з видань, яке вперто чинило опір атакам наглядових органів, є незалежне інтернет-видання “Бумага” (місто Санкт-Петербург)[4]. Метою видавців, на момент започаткування ЗМІ 2012 року, було створення медійної технологічної компанії західного типу з орієнтацією на такі медійні бренди, як Vox, Quartz, Vice і Boston Globe.

Комп'ютерні розробники з початком війни оперативно створили дзеркальні копії сайту. Це точні копії видання, але з іншими доменними іменами. Усі 19 дзеркальних сайтів онлайн-видання у подальшому почергово були заблоковані. Одна дзеркальна версія була заблокована, проіснувавши всього 9 хвилин. Заблоковані сайти можна читати й далі, якщо використовувати технології VPN. Але VPN-сервісами користується не більше 10 відсотків читачів, за оцінками незалежних медіа експертів. Надалі цензура блокує майданчики опозиційних медіа у соцмережах. В найпопулярнішій в Росії мережі “ВКонтакте” опозиційне видання “Бумага” мало 100 тисяч підписників, також цензура заблокувала назву видання в популярному місцевому пошуковику “Яндекс-дзен”. Тому заблоковані онлайн-видання позбавляються величезної частки пошукового трафіка, що у сумі дає 60-70 відсотків втрати аудиторії [3].

Водночас феномен заблокованих медіа полягає у тому, що значно, часом у декілька разів, виростає охоплення аудиторії в інших соціальних мережах [2]. У випадку з переслідуваними опозиційними медіа, якщо скласти суму аудиторних показників (статистика підрахунків, може містити так звані перетини і накладки, методики обчислення аудиторії суттєво різняться), і все ж спостерігається значне зростання у перші місяці російсько-української війни. Під часів цензурних утисків сайт перестає бути головним майданчиком.