Згідно із інтеграційного підходу організаційно-економічний механізм управління підприємством є інтегрованою системою, що поєднує організаційні структури, економічні інструменти і управлінські процеси для забезпечення оптимального функціонування підприємства і адаптації до змінюваного середовищ [4, с 137].

Досліджуючи різні аспекти організаційно-економічного механізму управління, науковці виділяють, також, основні функції, які він має забезпечувати. Це прогнозування та планування, організація, координація, регулювання, контроль і мотивація, інформаційне забезпечення, інновації. Реалізація згаданих функції забезпечить функціонування організаційно-економічного механізму управління як єдиного цілого [4, с 138].

Список використаних джерел:

1. Жихарцева О. О. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних системах. Сталий розвиток економіки, 2017. № 2. С. 221-225.
2. Фесенко І. А. Організаційно-економічний механізм управління ресурсним потенціалом вугледобувних підприємств. Вісник економічної науки України, 2010. № 1. С. 138-142.
3. Куцик В. І. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності інтегрованих корпоративних систем. Наук. вісник Херсонського державного університету, 2017. Вип. 27. Ч.1. С. 62-65.
4. Калінін Д. Теоретичні засади організаційно-економічного механізму управління підприємством. Економіка: реалії часу. 2024. № 6. С. 135-144.

УДК: 338.28:004.67

Хахула Б.В., доктор філософії в галузі економіки, доцент
Хахула Л.П., канд.. пед.. наук, доцент
Білоцерківський національний аграрний університет

ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Розглянуто питання розвитку і використання цифрових комунікацій у діяльності організацій. Визначено, що цифрові технології дозволяють автоматизувати та оптимізувати багато бізнес-процесів організації, допомагають їм швидше реагувати на зміни в ринковому середовищі, стимулюють інноваційний підхід до вирішення завдань, здійснюють швидку модифікацію стратегій та планів.

Ключові слова: *комунікація, цифрова комунікація, інноваційний розвиток, інформація, цифрові технології, цифрові інструменти.*

Розвиток економіки країни у сучасних умовах глобалізації економічних відносин потребує підвищення рівня інноваційного розвитку з боку підприємств. На сьогодні, інноваційна активність підприємства є однією з основних умов формування конкурентоздатної перспективи його розвитку. Сучасний світ складно уявити без цифрових технологій і різноманітних

гаджетів, що не лише слугують інструментом для досягнення певних цілей, а є продовженням пам'яті, думок та дій людини. Щороку кількість користувачів всесвітньої мережі зростає, доступнішими стають і інформація, і швидкість, з якою її можна отримати.

Поява сучасних концепцій функціонування галузей народного господарства дала можливість впровадити елементи стратегічного розвитку, включаючи цифрові технології в технологічний процес виробництва та управління. Впровадження цифрових технологій в сучасних умовах ведення бізнесу передбачає не лише пілотні інші технології модернізації галузі, але й інтеграцію, мультипластинчасті форми співпраці.

Цифрові комунікації – це обмін цифровим контентом у мережевому середовищі з використанням онлайн-технологій, інтернету та різноманітних технічних засобів, що дають змогу обробляти, зберігати й поширювати інформацію. Цей вид спілкування між людьми ґрунтується на принципах мультимедійності, он-лайн-доступності контенту та використанні таких діджитал-каналів, як вебсайти, імейли, соціальні медіа тощо. Сучасні цифрові комунікації являють собою персоналізовану онлайн-взаємодію бізнес-організації з ключовими споживачами інформаційного контенту, що здійснюється за допомогою використання різних інформаційних технологій комунікації [1].

Перевагами сучасних цифрових комунікацій є: швидкість обміну інформацією (у текстовому, відео, аудіо, графічному форматах); зручність використання (через різноманітні ґаджети); можливість ефективно взаємодіяти за рахунок поєднання усних і письмових комунікацій; можливість пришвидшити чи відтермінувати відповіді; легкість відтворення інформації та її збереження; можливість створення віртуальних спільнот за сферою інтересів діяльності, а також відсутність обмежень територіально та у просторі. Але цифрові комунікації потребують певних компетенцій користувачів та передбачають необхідність фінансових вкладень у програмне забезпечення, а також існує підвищена вірогідність маніпулювання фактами й спотворення інформації, ризик інформаційного перевантаження, хакерських атак і крадіжки даних тощо [2]. Отже, є достатньо і переваг, і загроз діджиталізації бізнес-відносин. Задля уникнення останніх важливо вибудувати якісну систему економічної, а в її межах – інформаційної безпеки організації, яка характеризує стан доступу організації до інформації, її захищеності, зберігання, ефективності використання інформаційно-аналітичної роботи з зовнішніми та внутрішніми суб'єктами, здатність інформаційно-аналітичної системи суб'єктів господарювання до розвитку. Від якості інформаційно-аналітичного забезпечення безпосередньо залежить ефективність управління розвитком та забезпечення економічної безпеки бізнесу в умовах глобальної цифровізації. Таким чином, топ-менеджмент організації має не тільки визначитися з відповідальними фахівцями за становлення і розвиток системи цифрових комунікацій організації, а й чітко інституціалізувати такі управлінські аспекти, як елементи комунікативної політики, елементи

цифрової інформаційно-комунікаційної системи, канали поширення даних, а також механізми та інструментарій управління системою цифрових комунікацій.

Важливою особливістю становлення і розвитку системи цифрових комунікацій для організації є аналіз практик поширення інформації у цифровому середовищі. В головному така інформація стосується популяризації торгових марок і товарних значків підприємства, що, своєю чергою, потребує визначення цифрової стратегії бренд-менеджменту. Головними напрямами просування брендів є всі канали комунікації, що включають вебсайти, електронну пошту та соціальні медіа. Крім того, оптимізація пошукових засобів є одним з основних інструментів для генерації трафіку на вебсайті. Вже перша сторінка пошукової видачі має відображати інформацію, яку важливо донести про бренд. Оскільки середовище онлайн-комунікації динамічно змінюється, на практиці створення системи цифрових комунікацій підприємства беруть до уваги базові моделі з урахуванням специфіки того чи іншого ринку та, відповідно, його цифрового середовища та навіть цифрової кон'юнктури [3].

Цифрові інструменти допомагають ефективніше організовувати робочий процес, координувати команди та відстежувати результати. Дистанційна робота та глобальна комунікація дає змогу співпрацювати з колегами, партнерами і клієнтами незалежно від географічного розташування, створювати глобальні команди та залучати експертів з усього світу. Аналіз даних та прийняття рішень на підставі даних надає можливість збирати та аналізувати великі обсяги даних щодо діяльності компанії, ринку та споживачів. Це допомагає приймати обґрунтовані рішення та вдосконалювати стратегії. Цифрові канали комунікації, такі як електронна пошта, чати, соціальні мережі тощо, дозволяють забезпечити ефективну співпрацю всередині організації та з її зовнішніми контактами. Автоматизація процесів зменшує час та зусилля, витрачені на адміністративні процеси [4].

Впровадження цифрових інструментів та нових форматів роботи приваблює молодих талановитих фахівців, які звикли до цифрового середовища. Цифрові технології допомагають організаціям швидше реагувати на зміни в ринковому середовищі, стимулюють інноваційний підхід до вирішення завдань, здійснюють швидку модифікацію стратегій та планів. Ці ключові аспекти цифрового менеджменту взаємодіють між собою, допомагають забезпечити ефективну комунікацію, співпрацю та обмін інформацією, адаптуватися до змін, зробивши робочі процеси більш гнучкими, продуктивними і досягати більшого успіху в сучасному цифровому середовищі.

Список використаних джерел:

1. Олтаржевський Д. О. Цифрові комунікації: навчальний посібник із дисципліни «Медіавиробництво: промоція». Д. О. Олтаржевський. Київ : ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, 2023. 120 с.

2. Глєбова А. О., Кравченко В. В. Розвиток цифрових комунікацій в умовах

діджиталізації економіки України: проблеми та можливості. *Ефективна економіка*. 2021. № 9. URL: http://www. economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9277

3. Андрійченко Ж. О., Близнюк Т. П., Майстренко О. В. Digital етикет та комунікації: тенденції та вимоги сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 34. URL: https://doi.org/10.32782/2524- 0072/2021-34-24

4. Сагайдак М. П., Андрющенко А. Р. Цифрові комунікації в системі управління бізнес-організацією. *Вчені записки: зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана;* редкол.: О. Яценко (голов. ред.) та ін. Київ : КНЕУ, 2022. Вип. 28. С. 6-17.

УДК330.837:005.21:338.436

Вихор В. М., здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії),
Білоцерківський національний аграрний університет

ІНСТИТУЦІЙНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Охарактеризовані інституційні основи стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств. Окреслені проблеми аграрного сектору економіки, які потребують належного інституційного забезпечення.

Ключові слова: сільськогосподарські підприємства, стратегічний розвиток, інституційні основи.

Інституційною основою стратегічного розвитку аграрного сектору України є такі основоположні документи як Національна економічна стратегія на період до 2030 року, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 179 [1], Стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій України до 2030 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 15 листопада 2024 року, № 1163-р [2]. На регіональному рівні в Україні, також, розроблялися аналогічні документи. Для прикладу, у Київській області були розроблені і введені у дію Стратегія розвитку Київської області на 2021-2027 року [3] та Комплексна програма розвитку сільського господарства та сільських територій Київської області на 2024-2027 роки (нова редакція) [4].

У кожному із цих документів визначені мета та стратегічні цілі розвитку сільського господарства України і відповідних регіонів, та шляхи їх досягнення (табл.1).

У Стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій України до 2030 року констатується, що аграрний сектор України ефективно інтегрувався у світову продовольчу систему і відіграє важливу роль для покращення соціально-економічної ситуації та забезпечення продовольчої безпеки держави і глобальних продовольчих ринків.

Зокрема, зазначено, що в умовах військової агресії Російської Федерації аграрний сектор України є вагомим фактором забезпечення національної безпеки, збереження державності і суверенітету України та стабільності на