

**Богдан ЗАСТАВНЮК**

здобувач освітньо-наукової програми  
«Міжнародний менеджмент»

Західноукраїнського національного університету

**Любов ЗАСТАВНЮК**

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного  
управління та персоналу  
Західноукраїнського національного університету

## **НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СИСТЕМНИХ ЗМІН**

Комунікативна політика є необхідним і важливим елементом управління підприємством в умовах сучасних ринкових відносин. Вона спрямована на забезпечення ефективного обміну інформацією між підприємством, його партнерами, клієнтами та іншими зацікавленими сторонами. Основними принципами формування комунікативної політики є наступні: цілеспрямованість, комплексність, послідовність, науковість, ефективність та інноваційність. Вони допомагають підприємству досягти поставлених комунікативних цілей та задовольнити потреби своїх клієнтів. Ключовими елементами комунікативної політики є інформація, засоби комунікації, цільові групи та канали комунікації. Варто забезпечити достовірність, повноту та своєчасність інформації, а також раціонально використовувати доступні засоби комунікації для досягнення найбільшої ефективності.

Формування комунікативної політики підприємства повинно бути постійним процесом, що враховує зміни в ринковому середовищі та відгуки споживачів. Постійний моніторинг комунікативних зусиль та аналіз їх ефективності дозволить вдосконалювати стратегію та досягати кращих результатів. Запровадження інформаційних технологій та інноваційних засобів комунікації в процес формування комунікативної політики може значно покращити ефективність і результативність комунікативних процесів підприємства. Важливо використовувати аналітичні інструменти для оцінки ефективності комунікативних заходів та вчасно коригувати стратегію відповідно до ринкових змін.

У результаті впровадження оптимізованої комунікативної політики підприємство зможе досягти таких переваг:

- зменшити витрати на комунікацію, шляхом використання ефективних інструментів та технологій;
- покращити зворотній зв'язок з клієнтами та співробітниками,

що сприятиме підвищенню рівня задоволеності та вірогідності повторних покупок;

- підвищити обізнаність про продукти та послуги, що сприятиме збільшенню продажів та розширенню клієнтської бази;

- підвищити ефективність внутрішнього спілкування та зміцнення командної роботи, що сприятиме покращенню виробничих процесів та досягненню поставлених цілей;

- встановити ефективні двосторонні зв'язки із зацікавленими сторонами, включаючи клієнтів, партнерів, інвесторів та громадськість. Це дозволить підприємству бути в курсі їх потреб, думок і відгуків, що забезпечить підвищення задоволеності клієнтів та залучення нових можливостей;

- використання соціальних медіа та онлайн-каналів комунікації для підвищення доступності та швидкості передачі інформації. Це дозволить підприємству активно взаємодіяти зі своєю цільовою аудиторією, сприяти залученню нових клієнтів та розширенню свого впливу;

- налагодити ефективну внутрішню комунікацію шляхом створення спеціальних комунікаційних каналів, засобів та процедур. Це допоможе уникнути непорозумінь, сприятиме обміну ідеями та інформацією між співробітниками різних підрозділів та рівнів управління;

- постійне вдосконалення комунікаційних стратегій та інструментів підприємства шляхом моніторингу результативності та впровадження нових ідей та підходів. Це дозволить підприємству адаптуватися до швидких змін середовища та залишатися конкурентоспроможним.

Таким чином, на сьогоднішній день важливо розглядати та застосовувати всі можливі типи, варіанти, напрями та методи комунікації. Окрім внутрішньої комунікації, особлива увага має бути приділена таким аспектам зовнішніх комунікаційних процесів, як: взаємодія з громадськістю (public relations); взаємодія зі зацікавленими сторонами (investor relations); брендування; формування іміджу та репутації підприємства; співпраця з представниками ЗМІ (media relations); розробка ефективних програм просування продукції (promotion plan).

### **Список використаних джерел**

1. Вдосконалення процесу управління комунікаціями. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/vedmid.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/vedmid.htm) (дата звернення: 14.04.2024).

2. Марковець О.В. Використання новітніх технологій для забезпечення комунікації сфері менеджменту організації.

Стандартизація. Сертифікація. Якість. 2019. №6. С. 7-18. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ssia\\_2019\\_6\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ssia_2019_6_4)

3.Павленко І.Г. Комунікативна політика як елемент системи маркетингу підприємства у процесах сучасного комунікаційного суспільства. *Академічний огляд*, 2013. № 1 (38). С. 109-113.

**Богдан САГАЙДАК**

аспірант за спеціальністю

«Публічне управління та адміністрування»

Західноукраїнського національного університету

**П. КЕЛИМНИК**

аспірант за спеціальністю «Економіка»

Західноукраїнського національного університету

## **ПРОГРАМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Розвиток аграрного сектору регіону в умовах конфлікту вимагає особливого підходу та програмування, яке враховує складності й обмеження, що випливають із воєнного стану. Зрозуміло, що складнощі, з якими стикаються сьогодні регіони України, не можуть бути вирішені лише за рахунок зовнішньої підтримки. На відміну від зовнішніх ресурсів, регіональні можливості завжди мають свої обмеження та потребують ретельного аналізу.

Організаційно-управлінська та економічна діяльність, що базується на цих ресурсах, має бути максимально оптимізована, щоб уникнути дублювання дій та неузгодженості між ними. Для цього використовується програмування регіонального розвитку. Наявність такої програми підвищує конкурентоспроможність регіону, стимулюючи як внутрішні, так і зовнішні інвестиції. Відтак, необхідно виокремити кілька ключових аспектів, що можуть бути враховані в такій програмі.

Програмування регіонального розвитку може відігравати ключову роль у забезпеченні продовольчої безпеки шляхом стимулювання сільськогосподарського виробництва. Розробка та реалізація програм, спрямованих на підтримку сільськогосподарського сектору, може збільшити виробництво