

РИНКОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ

Титар А.В., здоб. ОС «бакалавр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.М. Прядко**
Державний біотехнологічний університет

Розвиток сучасних ринків, бізнес-структур, утворення нових каналів інформаційних комунікацій між ними, формування нової системи економічних відносин супроводжується імплементацією інформаційних технологій в процеси управління діяльністю та спосіб життя населення [1]. Ринкові технології та комунікації є невід'ємною частиною сфери агропромислового виробництва (АПВ). Ці технології допомагають підприємствам збільшувати продажі, розвиватися та підтримувати позиції на ринку. Однією з ринкових технологій є електронна комерція, яка дозволяє покупцям здійснювати покупки через Інтернет. Це зручно та швидко, що дозволяє підприємствам ефективно використовувати свій час та ресурси.

Також однією з ключових ринкових технологій в сфері АПВ - це аналіз даних. За допомогою аналізу даних можна отримати інформацію про споживачів, їхні покупки, пре починання та поведінку, що може допомогти у виробленні більш ефективної стратегії маркетингу та продажу. Також, важливою ринковою технологією є інтернет-маркетинг, що дозволяє просувати товари та послуги в інтернеті через соціальні мережі, пошукові системи та інші канали.

У сфері комунікацій, використання мобільних технологій, таких як SMS-повідомлення та додатки, є все більш популярним способом зв'язку зі споживачами. Крім того, дедалі більше підприємств використовують соціальні медіа для залучення нових клієнтів, збільшення своєї аудиторії та підвищення лояльності клієнтів. Крім того, реклама та маркетинг також є важливими компонентами ринкових технологій. Підприємства можуть використовувати різні канали комунікації для просування своїх продуктів та послуг, такі як соціальні мережі, телевізор, радіо, преса та Інтернет. Важливо знати свою аудиторію та обирати ті канали, які найкраще підходять для її досягнення.

Також розробка програмного забезпечення та використання технологій штучного інтелекту (AI) допомагають підприємствам збільшувати продажі та покращувати взаємодію з клієнтами. Наприклад, використання чат-ботів на сайті може забезпечити швидке та ефективне обслуговування клієнтів, що допоможе збільшити їхню лояльність.

Таким чином, ринкові технології та комунікації грають важливу роль у розвитку сфери АПВ, дозволяючи підприємствам бути більш ефективними та конкурентоспроможними на ринку, є важливим інструментом для будь-якого бізнесу, який бажає збільшити свою ефективність та досягти більшого успіху.

Інформаційні джерела:

1. Прядко О.М., Олініченко К.С. Формування бізнесмоделі у цифровому просторі. Marketing of innovations. Innovations in marketing (2022). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2022). Bielsko-Biala: WSEH. URL:

https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/19510/1/Pryadko_Olinichenko_Marketynh_innovatsiyi_Innovatsiyi_marketynh_2022.pdf

2. Савицька Н.Л., Кот О.В., Кот М.С. Канали маркетингових комунікацій як засіб підвищення комунікативної активності підприємств торгівлі. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 15. С. 306–310. URL: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/62.pdf>

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ В УКРАЇНУ

Ткаченко К.А., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Г.М. Коптева**

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Сучасні підприємства стикаються з комплексом факторів у зовнішньому середовищі, які серйозно обмежують їх перспективи розвитку і потенційну конкурентоспроможність. Однак, в умовах такої обмеженості, розвиток міжнародного співробітництва підприємств через реалізацію міжнародних проектів може бути ефективним способом реалізації їх потенціалу.

Питанням стратегічного розвитку підприємства та побудові його стратегії присвячені праці таких вчених, як: В.Л. Дикань, В.О. Зубенко, О.В. Маковоз [1], М.Г. Саєнко [2], В.В. Жихарева, Т.М. Савельєва [3], С.М. Клименко [4], Н.С. Краснокутська [5], Г.М. Коптева [5-7], А.П. Міщенко [8] та інші.

Управління стратегічним розвитком підприємства в умовах повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну може здійснюватися за рахунок:

- аналізу внутрішніх та зовнішніх факторів. Важливо провести аналіз сильних та слабких сторін підприємства, оцінити можливості та загрози зовнішнього середовища. Такий аналіз допоможе зрозуміти, які ризики можуть виникнути для підприємства та які можливості наявні для збільшення його конкурентоспроможності;

- розробки стратегії управління ризиками. Після аналізу потенційних ризиків для підприємства важливо розробити стратегію їх управління. Це може включати розробку плану невідкладних заходів, забезпечення безпеки персоналу та майна, створення механізмів взаємодії з органами державної влади тощо;

- диверсифікації виробництва. Варто розглянути можливості диверсифікації виробництва та пошуку нових ринків збуту продукції. Це допоможе зменшити залежність підприємства від використання ресурсів та ринків Російської Федерації;

- розробки стратегії розвитку на довгострокову перспективу. В умовах нестабільності потрібно забезпечити довгострокову перспективу розвитку