

«розумнішою». Кіберфізичні системи (CPS) пов'язують ІТ та логістику і дозволяють товарам переміщатися та відстежуватися в режимі реального часу за допомогою різноманітних складних систем. Це забезпечує безпрецедентний рівень прозорості та інформації для постачальників та споживачів. У майбутньому здається неминучим те, що технології продовжуватимуть підтримувати більш швидкий і складний потік товарів, послуг, матеріалів та інформації для споживачів[1].

Транспортно-логістичні послуги сприяють міжнародній торгівлі та відіграють важливу роль у зростанні та розвитку місцевої економіки. Якість та ефективність логістичних послуг можуть мати значення для міжнародної торгівлі, оскільки слабка логістична інфраструктура та операційні процеси можуть бути основною перешкодою на шляху інтеграції світової торгівлі. Незважаючи на те, що логістичний внесок у національний обсяг виробництва в країні може бути не таким конкурентоспроможним, як інші сектори, роль, яку відіграє логістика в підтримці діяльності економіки, не може бути зменшена. Одним із загальновідомих зв'язків між транспортом і логістикою та національним розвитком є сприяння міжнародній торгівлі, яка за відповідних обставин забезпечує ряд інших вигідних економічних та соціальних результатів [2].

Отже, основне завдання логістики полягає в забезпеченні транспортування, зберігання, постачання, закупівлі та розподілу товарів, людей, грошей, інформації та енергії у глобальній економіці, без чого неможливо нормальне функціонування світових ринків.

Список використаних джерел

1. Володимирова І. Г. Глобалізація логістики: сучасний стан та перспективи розвитку: енциклопедія / І. Г. Володимирова. К.: Веселка, 2018. С. 87-96.
2. Логістична концепція міжнародної доставки вантажів [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://lubbook.org/book_607_glava_10_Tema_10_Logistichnakoncept.html.

УДК 316.77

Глебова А.О., к.е.н., доцент; Шишкань П.П., магістрант
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ТА ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

В умовах розвитку цифрових технологій виникла необхідність зміни підходів до формування комунікаційної культури підприємства, оскільки саме комунікаційні технології зазнають суттєвих трансформацій. Якщо у ХХ столітті комунікаційна політика підприємства була орієнтована на формування ефективної взаємодії працівників, департаментів, відділів, філій, то у ХХІ столітті вона орієнтована на забезпечення ефективної взаємодії із стейкхолдерами (внутрішніми та зовнішніми), орієнтується на формування інвестиційно-інноваційної привабливості підприємства на національному та міжнародному ринках.

У 2020 році пандемія COVID-19 призвела до виникнення явищ масового банкрутства у всіх галузях економіки, де ключову роль відіграло обмеження щодо переміщення громадян. Це обумовило необхідність зміни комунікаційних технологій, адже COVID-19 перетворився на свого роду «каталізатор» для впровадження та розширення використання цифрових технологій в організації роботи та офісі, а діджиталізація продемонструвати цифровий розрив між бідними та багатими, між

сільськими та міськими районами, а також між розвиненими економіками та країнами, що розвиваються. Таким чином, перед менеджментом підприємства постала необхідність максимально швидко впровадити цифрові технології у комунікаційний процес для забезпечення процесу управління. Це призводить до зміни бізнес моделі підприємства та комунікаційної політики підприємства, яка повинна: забезпечити процес інформування основних клієнтів про продукцію і послуги, які є доступними; систематично нагадувати про діяльність підприємства; формувати та підтримувати позитивний імідж у клієнтів, інвесторів, конкурентів, постачальників, покупців тощо; забезпечувати процес управління своєчасною, актуальною, реальною і достовірною інформацією; формувати ефективні канали передачі інформації між працівниками і менеджментом підприємства; забезпечувати постійну взаємодію підприємства із зовнішніми стейкхолдерами; інформувати суспільство про здобутки підприємства щодо сталих ініціатив; формувати масив даних, які дозволятимуть приймати ефективні управлінські рішення; забезпечення зворотнього зв'язку із основними та потенційними клієнтами.

Всі ці завдання вирішують сучасні цифрові технології, які мають як свої сильні сторони, так і актуалізують загрози в процесі їх використання, що стає суттєвим обмежуючим фактором. Зокрема, ключову роль для комунікаційної політики в умовах діджиталізації відіграє саме людський фактор та компетенції, якими він володіє. Тому перехід до цифрових технологій обумовив необхідність зміни комунікаційної політики підприємства. Адже, дистанційні технології дозволяють компаніям миттєво мобілізувати глобальний досвід... і швидше реагувати на запити клієнтів, надаючи все, від інформації про продукт до продажу та післяпродажної підтримки в цифровому вигляді». Так, запровадження державою в Україні додатку «Дія» дозволило не тільки покращити комунікацію державних органів із громадянами, але і вирішувати низку додаткових завдань. Таким чином, на даному етапі досить гостро стоїть проблема формування ефективної комунікаційної політики на основі електронних комунікацій.

Список використаних джерел

1. Устенко М., А.Руських. Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифрової економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Випуск № 68. 2019 р. С.181-192.

УДК 657.37

Глебова А.О., к.е.н., доцент; Ольховик О.В., аспірант
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)

НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ МОНІТОРИНГУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ ТА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

В умовах глобалізації та діджиталізації інформаційно-аналітичне забезпечення процесу моніторингу відіграє ключову роль. Оскільки всі процеси потребують ґрунтового аналізу та дослідження. Як свідчить практика українських підприємств за останні десятиліття функція контролю дозволяє формувати відповідне інформаційно-аналітичне забезпечення процесу управління. Однак, впровадження проектного підходу у менеджмент на різних рівнях управління та секторах економіки продемонструвало, що моніторинг є слабким місцем українських підприємств. Розвинена функція контролю