



*Міністерство охорони здоров'я України
Міністерство освіти і науки України
Національний фармацевтичний університет
Кафедра менеджменту, маркетингу та
забезпечення якості у фармації*



МАТЕРІАЛИ

**XII науково-практичної internet-конференції з міжнародною участю
«МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У СКЛАДІ
СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ, НАУКИ, ОСВІТИ,
ПРАКТИКИ»
(19 березня 2026 р.)**



MATERIALS

**of XII scientific and practical internet-conference
with international participation
«MANAGEMENT AND MARKETING IN THE MODERN
ECONOMY, SCIENCE, EDUCATION AND PRACTICE»
(19 March 2026)**

Харків

2026

РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Коляда Т. А., Лисенко Д. Ю.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

takolyada@ukr.net

Вступ. У сучасних умовах розвитку бізнесу та організацій ефективна комунікація є ключовим фактором успішного функціонування та досягнення стратегічних цілей. Застосування цифрових інструментів дозволяє організаціям забезпечити оперативний обмін інформацією, підвищити прозорість процесів і зміцнити зв'язки як всередині колективу, так і з зовнішніми стейкхолдерами. Цифрові технології відкривають нові можливості для планування, реалізації та контролю комунікаційних процесів, що робить їх невід'ємною частиною сучасної комунікаційної стратегії.

Актуальність дослідження зумовлена потребою організацій адаптувати свої комунікаційні підходи до цифрового середовища та використовувати інноваційні інструменти для підвищення ефективності взаємодії з працівниками, партнерами та клієнтами. Впровадження комплексної цифрової комунікаційної стратегії сприяє зміцненню корпоративної культури, підвищенню довіри та залученості персоналу, а також формуванню позитивного іміджу організації на ринку.

Метою дослідження є аналіз принципів формування комунікаційної стратегії організації з використанням цифрових інструментів та визначення ефективних підходів для підвищення як внутрішньої взаємодії у колективі, так і зовнішніх комунікацій з партнерами та клієнтами.

Матеріали та методи. Матеріалами дослідження слугували наукові праці з питань комунікацій, цифрових технологій і управління організаціями. У процесі дослідження застосовано методи аналізу та узагальнення для обґрунтування підходів до формування комунікаційної стратегії організації.

Результати дослідження. Формування комунікаційної стратегії організації є ключовим етапом управління її внутрішніми та зовнішніми

зв'язками. Ефективна комунікаційна стратегія дозволяє координувати взаємодію між працівниками, зміцнювати корпоративну культуру, підвищувати залученість персоналу та забезпечувати прозорість процесів управління. У сучасних умовах цифровізація робочих процесів значно розширює можливості комунікації, дозволяючи організаціям швидко реагувати на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Цифрові інструменти, такі як корпоративні месенджери, внутрішні портали, CRM-системи, соціальні мережі та аналітичні платформи, сприяють оперативному обміну інформацією і контролю за її ефективністю. Вони дозволяють автоматизувати рутинні процеси комунікації, відстежувати реакцію співробітників та партнерів на управлінські рішення і адаптувати стратегію відповідно до потреб організації.

Ключовим елементом цифрової комунікаційної стратегії є інтеграція внутрішніх і зовнішніх каналів комунікації. Внутрішні канали забезпечують швидкий обмін інформацією між відділами та працівниками, підвищують прозорість управлінських процесів і сприяють зміцненню командної взаємодії. Зовнішні канали, такі як соціальні мережі, електронні платформи та веб-сайти, дозволяють організації ефективно взаємодіяти з клієнтами, партнерами та громадськістю, підвищуючи рівень довіри і формуючи позитивний імідж на ринку.

Важливою складовою стратегії є моніторинг і оцінка ефективності комунікаційних процесів. Цифрові аналітичні інструменти дозволяють вимірювати рівень залученості працівників, швидкість обміну інформацією, якість зовнішніх комунікацій і своєчасно вносити корективи. Такий системний підхід забезпечує адаптивність стратегії та дозволяє організації ефективно досягати своїх цілей у динамічному цифровому середовищі.

Висновки. Отже, інтеграція цифрових інструментів у комунікаційну стратегію організації забезпечує підвищення ефективності внутрішніх і зовнішніх комунікацій, сприяє зміцненню корпоративної культури, підвищенню залученості персоналу та формуванню позитивного іміджу організації на ринку.