

**Міністерство освіти і науки України  
Полтавський державний аграрний університет  
Департамент агропромислового розвитку Полтавської ОВА  
Інститут модернізації змісту освіти МОН України  
ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААН України  
Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти  
Національний університет біоресурсів і  
природокористування України  
Державна установа «Інститут економіки та прогнозування Національної  
академії наук України»  
Одеський національний економічний університет  
Сумський національний аграрний університет  
Харківський національний економічний університет імені Семена  
Кузнеця  
Дніпровський державний аграрно-економічний університет  
Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського  
Українсько-Британський Центр Центру Європейської освіти та іноземних  
мов Полтавського державного аграрного університету  
Glendale Community College of Maricopa Community College System,  
Arizona (США)  
Atlântica – Instituto Universitário (Португалія)  
WSHIU -Akademia Nauk Stosowanych w Poznaniu (Польща)  
Queen Mary University of London Ukrainian Society (Сполучене Королівство  
Великої Британії та Північної Ірландії)  
The University School of Occupational Safety Management in Katowice  
(Польща)  
Academy of Management and Administration in Opole (Польща)  
University of Economics in Bratislava (Словаччина)  
Scientific Center of Innovative Research (Естонія)  
Information Systems Management Institute (Латвія)  
Eurasian National University them. L. N. Gumilev (Казахстан)**

## **МАТЕРІАЛИ**

**III Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство»**

**23 вересня 2025 року**

**Полтава 2025**

УДК 005. 21 : 338. 43 : 005. 591. 6 /. 934 : 316. 46  
DOI: <https://doi.org/10.32782/23-09-25-2>

**Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, 23 вересня 2025 р. Полтава : ПДАУ, 2025. Том 2. 363 с.**

У матеріалах конференції розглядаються безпекові та інноваційні особливості стратегічного менеджменту агропродовольчої сфери в умовах актуалізації лідерства в глобальній економіці; практичні рекомендації щодо адаптації, протидії ризикам та підвищення ефективності розвитку суб'єктів господарювання.

Збірник розрахований на науково-педагогічних працівників, аспірантів, здобувачів закладів вищої освіти, фахівців-практиків.

***Редакційна колегія:***

**О. А. Галич**, к.е.н., професор, ректор Полтавського державного аграрного університету,

**В. І. Аранчій**, к.е.н., професор, перший проректор Полтавського державного аграрного університету,

**Т. В. Воронько-Невіднича**, д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

**V. Riashchenko** – dr.oec., prof., expert of Latvian Council of Science, ISMA University of Applied Science,

**М. В. Зось-Кіор**, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

**Д. В. Дячков**, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

**Н. В. Баган**, PhD з економіки, доцент кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету

Матеріали друкуються мовою оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.

© Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПДАУ заборонено

Т. Сазонова, к.е.н., доцент,  
О. Васюха, аспірант,  
*Полтавський державний аграрний університет,  
м. Полтава, Україна*

## **ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ НА ПОВЕДІНКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Ефективна комунікація є життєво важливою для будь-якого колективу, оскільки вона прямо впливає на його продуктивність, злагодженість та загальний успіх. Без налагодженого обміну інформацією, ідеями та зворотним зв'язком, навіть найталановитіша команда може зіткнутися з труднощами. Тим більше її значення зростає в умовах нестабільності та кризи діяльності підприємства, адже ефективна комунікація веде до:

- покращення координації та співпраці, адже відкрите та грамотно налагоджене спілкування в команді чи колективі сприяє кращому розумінню власних ролей, завдань та очікувань. Це допомагає уникнути дублювання зусиль, непорозумінь і плутанини. Спільна робота стає більш злагодженою, а координація дій – ефективнішою;

- підвищення продуктивності, адже зрозумілі та вчасні комунікації дозволяють швидко вирішувати проблеми та усувати перешкоди. Завдяки цьому, команда може зосередитися на виконанні своїх завдань, а не на з'ясуванні деталей або виправленні помилок, спричинених непорозуміннями;

- створення позитивного мікроклімату, через створення довірливих відносин між колегами. Коли люди відчують, що їхні ідеї та думки цінують, вони почуваються більш залученими та мотивованими. Це формує позитивну атмосферу, де кожен готовий допомогти іншому;

- нарощування креативності та інновацій. Коли люди не бояться висловлювати свої пропозиції, навіть найсміливіші, колектив має більше шансів знайти несподівані та ефективні рішення. Зворотний зв'язок допомагає відточити ідеї та зробити їх більш досконалими.

Все перелічене однозначно позитивно впливає на формування ефективної трудової поведінки, що є проблемним

питанням вітчизняного HR-менеджменту в умовах комплексної економічної та соціальної кризи, яка негативно впливає на індивідуальні поведінкові прояви персоналу. Серед таких проявів: симптоми емоційного та професійного вигорання, моральної травми: втрата мотивації, відмова від стратегічного мислення, роздратованість, конфліктність, апатія, агресія, гнів тощо.

Разом з тим, сучасний світ характеризується діджиталізацією життя, виробничих та управлінських процесів, що, в свою чергу, також відображається на комунікаціях підприємства. Серед таких змін дослідники виділяють наступні [1-7]:

- нівелювання відстані спілкування;
- широкий набір інструментів для комунікації;
- підвищення результативності, адже комунікація стає більш цілеспрямованою, зосередженою на досягненні конкретних результатів у ділових відносинах;
- забезпечення гнучкості графіку спілкування;
- ефективний тайм-менеджмент – комунікація часто стає коротшою та швидшою, що дозволяє миттєво обмінюватися інформацією та ідеями;
- мультитаскінг – можна вести одночасно кілька розмов на різні теми з різними людьми;
- широке охоплення;
- можлива спонтанність комунікативного зв'язку;
- невербальні сигнали відсутні або важко ідентифікувати.

Зазвичай відсутня можливість зчитувати міміку, жести та інтонацію, що може ускладнити повне розуміння співрозмовника.

З переліченого очевидними є переваги для менеджменту діджиталізації комунікацій в колективі, але ми пропонуємо зосередити увагу на небажані наслідки для поведінки персоналу та соціальної взаємодії в колективі:

- відсутність емоційного зв'язку. Через брак невербальних сигналів (міміки, жестів, інтонації) ми можемо неправильно інтерпретувати почуття співрозмовника. Це ускладнює емоційне співпереживання та побудову глибоких, довірчих відносин, що є основою сприятливого морально-психологічного клімату та емоційного добробуту на робочому місці;

- зниження якості спілкування. Швидкі, короткі повідомлення в чатах можуть призвести до того, що ми втрачаємо навички ведення змістовних, довгих розмов. Здатність до аргументації та глибокого аналізу інформації може знижуватися, а це також негативно відображається на рівні емпатії працівників;

- соціальна ізоляція. Попри велику кількість онлайн-контактів, люди можуть відчувати себе більш самотніми. Віртуальне спілкування не завжди може замінити живі зустрічі, що є важливими для ментального здоров'я;

- залежність від гаджетів. Постійна потреба бути «на зв'язку» може перетворитися на залежність, яка негативно впливає на концентрацію, рівень тривожності, сон та загальне самопочуття;

- інформаційне перевантаження. Постійний потік повідомлень, новин та чатів може викликати стрес, мозок змушений обробляти занадто багато інформації одночасно, при цьому виокремлюючи пріоритетну.

Ці зміни в комунікаційному процесі підприємства роблять нашу взаємодію зручнішою, але водночас вимагають від менеджменту свідомого підходу, щоб не втратити важливі соціальні навички та зв'язки, особливо при управлінні командою або колективом. Від діджиталізації варто отримати максимальний результат, використовуючи переваги, які вона надає, але не варто повністю відмовлятися від систематичного та якісного «живого» спілкування.

### **Список використаних джерел:**

1. Brownlie J. Looking out for each other online: Digital outreach, emotional surveillance and safe(r) spaces. *Emotion, Space and Society*. 2018. Vol. 27, May 2018, pp. 60-67. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2018.02.001>

2. Fernandez-Álvarez J., Díaz-García A., Colombo D., Botella C., Cipressoad P., Riva G. Digital Technologies for the Intervention of Emotion Regulation. *Isevier Reference Collection in Neuroscience and Biobehavioral Psychology*, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818697-8.00033-9>

3. Golden S., Blakeb J., Giulianob K. Parental decision - making: infantengagement with smartphones. *Infant Behavior and*

*Development*. 2020. Vol. 61, November 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.infbeh.2020.101497>

4. Greijdanus H., Fernandes C., Turner-Zwinkels F., Honari A., A Roos C., Rosenbusch H., Postmes T. The psychology of online activism and social movements: relations between online and offline collective action. *Current Opinion in Psychology*. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.003>

5. Kharouf H., Biscaia R., Garcia-Perez A., Hickman E. (2021) Understanding online event experience: The importance of communication, engagement and interaction. *Journal of Business Research*. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.037>

6. Koltsova O., Mararitsa L., Terpilovskii M., Sinyavskaya Y. Social signature in an online environment: Stability and cognitive limits. *Computers in Human Behavior*. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106856>

7. Роганова А. І., Лановенко Ю. І. Вплив діджиталізації комунікацій на психічний стан людини. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. 2021. № 1 (47). С. 75-82.

Т. Сазонова, к.е.н., доцент,  
Ю. Вовковінський, аспірант,  
*Полтавський державний аграрний університет,  
м. Полтава, Україна*

## **ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ФУНКЦІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ**

Діджиталізація функцій управління персоналом – процес впровадження цифрових технологій для автоматизації та оптимізації рутинних HR-процесів. Це дозволяє менеджменту підприємств підвищити ефективність, заощадити час і ресурси, а також сприяти розвитку співробітників.

Діджиталізація охопила всі ключові HR-функції. Так, при наборі та адаптації персоналу наразі використовують різні онлайн-платформи для публікації вакансій, проведення відеоінтерв'ю та автоматизованої оцінки кандидатів, збору інформації про них. Нові співробітники можуть проходити навчання та ознайомлення з підприємством через спеціальні інтерактивні програми та курси.

<i>В. Порфіренко, А. Козаченко</i>	
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ЕЛЕКТРИЧНІ АВТОМОБІЛІ.....	65
<i>Ю. Премудрий</i>	
РИНОК ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	70
<i>Т. Сазонова, О. Васюха</i>	
ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ НА ПОВЕДІНКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	73
<i>Т. Сазонова, Ю. Вовковінський</i>	
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ФУНКЦІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ.....	76
<i>П. Самсоненко</i>	
ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В СФЕРІ АГРОБІЗНЕСУ.....	79
<i>В. Собчишин, Є. Мязін</i>	
DIGITAL-РІШЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ.....	81
<i>В. Сотніков, В. Іващенко, Г. Ісаєва</i>	
СИНЕРГІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА БРЕНДИНГУ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	84
<i>Ю. Степанюк</i>	
ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ: «ЗЕЛЕНІ» ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ.....	86
<i>М. Тарасюк</i>	
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ КОМПАНІЙ: СИНЕРГІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ.....	89