

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА  
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



## **МАТЕРІАЛИ**

**XI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**17 – 18 ЖОВТНЯ 2023 р.**

**«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ**

**РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ»**

м. Одеса

**УДК 330.34:005.35(477"20")**

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції 17-18 жовтня 2023 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2023. – 663 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Козак К.Б. - д-р екон. наук, професор, директор ННІПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНТУ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Баранюк Х.О. – к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Седікова І.О. – д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., проф., Козак К.Б. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Згадова Н.С. – к.е.н., доц., Маркова Т.Д. – к.е.н., доц., Волкова А.Ю. – ас., Мільчева В.В. - PhD, доц., Новикова В.С.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

## **SOME APPROACHES TO DEVELOPING EFFECTIVE COMMUNICATION STRATEGIES IN AGRIBUSINESS**

**Oleksandr Leonov**  
**Candidate of Economic Sciences, Professor**  
**Odesa National Maritime University**  
**Tetiana Leonova**  
**Associate Professor**  
**Odesa National Maritime University**

Communication is vital for any business, but especially for agribusiness, which operates in a complex and dynamic environment. Agribusiness involves the production, processing, distribution, and marketing of agricultural products and services, and it faces many challenges and opportunities in a globalized and competitive market.

Communication connects farmers, stakeholders, and other industry professionals, providing access to critical information such as weather patterns, market prices, and new technologies to help them make informed decisions. As a result, Information and Communication Technologies (ICTs) play essential roles in agriculture by fostering collaboration between parties and providing critical information [1]. ICTs now include telephones or televisions, internet and mobile applications, as well as Big Data analytics and information systems.

The value of ICTs was reviewed in a 2020 publication by El Bilali et al. [2], in which authors discussed the role of ICTs in resource production and agro-food sustainability. Key benefits associated with ICTs included reducing agricultural resources and inputs (pesticides, fertilizers, energy, water), decreasing environmental externalities, and improving farmer and farm worker well-being and quality of life. Further benefits are also found when broadening the scope of communication, as effective communication improves food chain transparency during production by providing traceability of products [3].

Let's look at the most effective communication strategies for agribusiness in a globalized and competitive market.

1. Understanding your audience and their needs, preferences, expectations, and values. You need to know who you are communicating with, what they want to hear, how they want to hear it, and why they should care. By doing so, you can tailor your message, tone, language, and channel to suit your audience and achieve your communication goals.

2. Using multiple channels to reach and engage your audience. You need to consider the advantages and disadvantages of different communication channels, such as face-to-face meetings, phone calls, emails, newsletters, websites, social media, podcasts, videos, webinars, and events. By using multiple channels, you can increase your visibility, accessibility, and credibility, and reach a wider and more diverse audience. You can also use different

channels for different purposes, such as informing, educating, persuading, or entertaining your audience.

3. To be clear and consistent in your message and delivery. You need to avoid ambiguity, jargon, and misinformation, and use simple and direct language that your audience can understand and relate to. You also need to ensure that your message is consistent across all channels and platforms, and that it aligns with your agribusiness values, vision, and goals. By doing so, you can build trust, credibility, and loyalty with your audience, and avoid confusion or contradiction.

4. Seeking feedback and improvement from your audience and other sources. You need to monitor and measure the effectiveness of your communication strategies, such as the reach, engagement, response, and impact of your messages. You also need to solicit and listen to feedback from your audience, such as their opinions, suggestions, questions, and complaints. By doing so, you can evaluate and improve your communication performance, and identify and address any gaps, issues, or opportunities. You can also show your appreciation and respect for your audience, and build a stronger and more lasting relationship with them.

5. Adapt and innovate your communication strategies according to the changing needs and trends of the market and the industry. You need to keep yourself updated and informed on the latest developments, challenges, and opportunities in agribusiness, and how they affect your audience and your communication goals. You also need to be flexible and creative in finding new ways to communicate and differentiate yourself from your competitors. By doing so, you can stay relevant, competitive, and attractive to your audience, and anticipate and respond to their changing demands and expectations.

6. Collaborating and networking with other agribusinesses and stakeholders in the market and the industry. You need to recognize and leverage the value and potential of working with others who share your vision, mission, or interests, and who can complement your strengths, skills, or resources. You also need to communicate openly, respectfully, and constructively with your collaborators and network partners, and seek mutual benefits and outcomes. By doing so, you can expand your reach, influence, and impact, and access new opportunities, insights, or solutions. You can also learn from others' experiences, best practices, or mistakes, and improve your communication skills and strategies.

### **Sources:**

1. Davies, A. R. (2014). Co-creating sustainable eating futures: Technology, ICT and citizen–consumer ambivalence. *Futures*, 62, 181–193.

URL: <https://doi.org/10.1016/j.futures.2014.04.006>

2. Bilali, H. E., Bottalico, F., Palmisano, G., & Capone, R. (2019). Information and Communication Technologies for Smart and Sustainable Agriculture. IFMBE Proceedings, 321–334. URL: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-40049-1\\_41](https://doi.org/10.1007/978-3-030-40049-1_41)

3. Voytyuk, V. A., Marinchenko, T. E., & Voytyuk, M. M. (2022). New Marketing Communications to Promote Agricultural Products to Foreign Markets. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 1069(1), 012038.

URL: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1069/1/012038>

26.	<b>Leonov Oleksandr, Leonova Tetiana</b> SOME APPROACHES TO DEVELOPING EFFECTIVE COMMUNICATION STRATEGIES IN AGRIBUSINESS .....	92
27.	<b>Лизогуб А.О.</b> МЕХАНІЗМ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО В УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ.....	95
28.	<b>Літвінова А.М.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ СТУДЕНТАМИ МЕНЕДЖЕРАМИ.....	97
29.	<b>Мардар М.Р., Устенко І.А.</b> МАРКЕТИНГ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ.....	99
30.	<b>Мельник А.М., Король С.Я.</b> КРИТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПЕРЕВАГ ТА НЕДОЛІКІВ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	102
31.	<b>Мельник А.Р., Колеснікова К.С.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	105
32.	<b>Мещеряков В.Є., Рослякова А.К.</b> ВПЛИВ АНАЛІЗУ НА ВИТРАТИ ПІДПРИЄМСТВА.....	108
33.	<b>Момот В.Є., Сапін В.П.</b> ІНДИКАТИВНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА СВІТУ ВІДПОВІДНО ДО СЕРВІСНОЇ МОДЕЛІ.....	111
34.	<b>Морозова М.Е.</b> ІНСТРУМЕНТИ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ.....	116
35.	<b>Мунтян І.В., Мільчева В.В., Донець Л.Я.</b> КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИЙ БРЕНД: ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ТА ПРАКТИКИ.....	119
36.	<b>Никифоруk О.І., Стасюк О.М., Федяй Н.О.</b> МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНІ ЕФЕКТИ ВІД ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПЕРСПЕКТИВНИХ ГАЛУЗЕЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ: МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ.....	122
37.	<b>Агєєва І.М., Новикова В.С.</b> ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	126
38.	<b>Огренич Ю.О., Василенко Д.О.</b> СТАН ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ, НАДАННЯ ПІЛЬГ, ПЕРСПЕКТИВИ .....	131