

КУЗЬМИНЧУК НАТАЛІЯ ВАЛЕРІВНА

доктор економічних наук, професор Харківського
національного університету ім. В. Н. Каразіна
ORCID 0000-0002-9844-3429

ПИСАРЕВСЬКА ГАННА ІЛЛІВНА

кандидат економічних наук, доцент Харківського
національного університету ім. В. Н. Каразіна
ORCID 0000-0001-6192-8038

ЛИТОВЧЕНКО ОЛЕНА ЮРІВНА

кандидат економічних наук, доцент Харківського
національного університету ім. В. Н. Каразіна
ORCID 0000-0002-7852-4918

УДК 658.3:005.6

DOI 10.37772/2518-1718-2024-3(47)-21

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ МЕРЕЖ

Стаття присвячена дослідженню проблем управління розвитком бізнес-комунікацій у підприємницьких мережах. Обґрунтовано, що сучасні умови ведення господарської діяльності вимагають застосування нових наукових підходів до управління бізнес-комунікаціями, що сприяє досягненню стратегічних та тактичних цілей підприємницьких мереж в умовах глобалізації та технологічних змін для підвищення їх конкурентоспроможності. Визначено ключову роль бізнес-комунікацій у підприємницьких мережах, зокрема їх вплив на внутрішню взаємодію між підрозділами та зовнішніми стейкхолдерами. Запропоновано модель бізнес-комунікацій підприємницьких мереж, що передбачає інтеграцію новітніх цифрових технологій для покращення управлінських процесів та підвищення результативності інформаційно-комунікаційного забезпечення.

Особливу увагу приділено діджиталізації як одному з ключових факторів розвитку бізнес-комунікацій у підприємницьких мережах. Розглянуто вплив технологій, таких як штучний інтелект, CRM, ERP та PIM-системи, на оптимізацію комунікаційних процесів. Обґрунтовано, що діджиталізація сприяє автоматизації процесів, зниженню витрат, підвищенню швидкості обміну інформацією та надійності прийнятих управлінських рішень.

Розроблено модель управління бізнес-комунікаціями підприємницьких мереж, що включає основні функціональні етапи: від організації внутрішніх комунікацій до стратегічної взаємодії з зовнішніми партнерами та клієнтами. Визначено, що ефективне управління розвитком бізнес-комунікацій в межах підприємницьких мереж підвищує гнучкість та адаптивність бізнесу до змін на ринку, сприяє оптимізації бізнес-процесів і дозволяє досягти високих конкурентних переваг. Практичне значення дослідження полягає в розробці рекомендацій щодо покращення бізнес-комунікацій у підприємницьких мережах через впровадження інформаційно-комунікаційних технологій та автоматизованих систем управління.

Ключові слова: бізнес-комунікації, підприємницькі мережі, управління, розвиток, діджиталізація, модель управління бізнес-комунікаціями, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. Для будь-якої підприємницької структури, і особливо, для підприємницьких мереж комунікації є ключовою складовою управлінської діяльності. Вони забезпечують обмін інформацією, пов'язуючи всі елементи підприємства та всі підприємства мережі в єдину систему, допомагаючи встановити загальний контекст спілкування та до-

сягти згоди. Комунікації важливі як для внутрішнього розвитку підприємства (спілкування між підрозділами та співробітниками), так і для зовнішніх відносин (співпраця з постачальниками, партнерами, клієнтами, підприємствами в межах мережі тощо).

Сучасний розвиток вітчизняної бізнес-спільноти висунув на перший план потребу в якісно нових біз-

нес-комунікаціях. Змінюються підходи до управління та взаємодії між представниками бізнесу та зацікавленими сторонами, що суттєво впливає на практичну реалізацію комунікацій. Бізнес комунікації стали ключовим інструментом для досягнення цілей підприємства шляхом правильного передавання ділових повідомлень та отримання бажаної відповіді від одержувача.

Більшість національних підприємств, які вийшли на міжнародні ринки, усвідомили необхідність покращення бізнес-комунікацій. Це набуває особливої актуальності в умовах діяльності підприємницької мережі та швидкого розвитку ІТ-технологій. Проте, всередині підприємницької мережі, бізнес-комунікації часто мають нечіткі межі, що ускладнює передачу важливих повідомлень (наприклад, про зміни в асортименті чи ціновій політиці, або пошуку нових партнерів). Через це виникає потреба у створенні моделі бізнес-комунікацій підприємницьких мереж, яка буде частиною інформаційної системи. Розвиток бізнес-комунікацій сприяє створенню сприятливого середовища, що забезпечує досягнення конкурентоспроможних результатів підприємницьких мереж та обумовлює актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Управління бізнес-комунікаціями підприємницьких мереж забезпечує ефективну взаємодію між учасниками бізнес-процесів, а також передачу управлінської інформації, спрямовану на досягнення цілей підприємницьких мереж. Проблемам управління розвитком бізнес-комунікацій підприємств присвячено роботи таких вчених, як: Бойди С. [1], Внукової Н. М., Колодізева О. М., Кавуна С. В. [2, 10], Ковальова Б. Л., Павлик А. В., Фединої С. М. [3], Кравчук І. І., Лавриненко С. О. [4], Маковецької І. М. [5], Орел В. М. [6], Писаревської Г. І. [7], Чернової І. В., Костик Є. П. [8], Шульгіної Л. М. [9] та ін. Разом з цим питання розвитку бізнес-комунікацій підприємницьких мереж вимагає подальших наукових досліджень.

Метою статті є удосконалення процесу управління розвитком бізнес-комунікацій у підприємницьких мережах із застосуванням сучасних наукових підходів, що сприяє досягненню стратегічних та тактичних цілей підприємницьких мереж в умовах глобалізації та технологічних змін для підвищення конкурентоспроможності.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що запропоновано модель бізнес-комунікацій підприємницьких мереж, що враховує методи, засоби, принципи управління, інформаційно-комунікаційне забезпечення, а також специфіку діяльності підприємницьких мереж. Удосконалено наукові підходи до управління бізнес-комунікаціями підприємницької мережі, які ґрунтуються на процесній, функціональній і структурній складових та передбачають використання нових цифрових технологій для організації

бізнес-процесів підприємницької мережі для забезпечення конкурентоспроможності, максимальної гнучкості та результативності бізнес-комунікацій підприємницької мережі.

Виклад основного матеріалу. Бізнес-комунікації є самостійною управлінською функцією, що забезпечує ефективну взаємодію підприємства та мережу підприємств із зовнішнім середовищем через обмін різноманітною інформацією. Управління розвитком бізнес-комунікації є важливим аспектом сучасного спілкування, зокрема всередині підприємницьких мереж, їх структура і функції визначаються специфікою ділових відносин та виробничої діяльності [3].

Підприємницькі мережі є формою інтеграції підприємств для виконання стратегічних завдань; являють собою стійку, гнучку структуру, яка впливає на діяльність та управління учасників мережі, дозволяючи ефективно координувати їх взаємодію та залучати нових партнерів. Такі мережі функціонують у сучасних умовах конкуренції, що визначаються глобалізацією, технологічними змінами, регуляторними перетвореннями, демографічними зрушеннями та іншими стимулюючими факторами. Це підвищує вимоги до організації діяльності, зокрема до бізнес-комунікацій всередині цих мереж. Як зазначають автори [8], підприємницькі мережі будуються на ефективній системі цінностей; передбачають розподіл відповідальності між усіма учасниками, відсутність централізованого управління, вільну конкуренцію, а також організаційну та координаційну діяльність для підвищення конкурентоспроможності всієї мережі. Тому, в умовах невизначеності та ризику, а також необхідності підвищення рівня конкурентоспроможності важливим завданням для підприємства, і особливо для підприємницької мережі є створення розвиненої комунікаційної мережі, що є технологією ведення бізнесу. Автори роботи [4] зазначають, що ключовими завданнями ділової комунікації є: отримання точної і своєчасної інформації, вивчення зовнішнього впливу на діяльність, пошук та виявлення нових можливостей для розвитку, забезпечення ефективної співпраці із партнерами, досягнення відповідності їх цілей для реалізації ефективних управлінських рішень, створення позитивного соціально-психологічного середовища всередині підприємницької мережі, а також створення та покращення іміджу та ділової репутації підприємства. Основною відмінністю ділової комунікації у підприємницьких мережах є її підпорядкованість певним правилам і строгій регламентованості, що визначаються типом ділової культури та залежить від внутрішнього середовища, в якому підприємницька мережа функціонує або де здійснюються бізнес-контакти. Також в умовах діджиталізації бізнес-відносин активно використовуються індикативні інстру-

менти та адаптивні методи для ухвалення управлінських рішень [1].

Для підприємницької мережі важливе значення мають не тільки зовнішні зв'язки, а й внутрішні комунікації, ключовим інструментом яких є Інтранет, що здійснює ефективний обмін інформацією, забезпечує спільну роботу над проектами та реалізацію багатьох важливих функцій та сприяє швидшому поширенню інформації, спрощує взаємодію між співробітниками та зменшує часові бар'єри. Чітко налагоджені внутрішні процеси забезпечують міцну основу для зовнішньої комунікаційної діяльності [9]. Однак, разом із цими перевагами виникають питання щодо безпеки збереження даних. Оскільки інформація розміщується на серверах, зокрема зовнішніх компаній-постачальників послуг, це вимагає додаткових ресурсів і створює ризики для безпеки. Виходячи з цих міркувань підприємства мають бути готові до залучення інвестицій у надійні системи захисту даних.

На думку авторів, бізнес-комунікації підприємницьких мереж є ключовим інструментом для ефективного управління і розвитку компаній, які входять до складу таких мереж. Вони включають комплекс заходів, спрямованих на продукування та реалізацію управлінських рішень, що охоплюють кілька важливих аспектів: створення та розвиток підприємницьких мереж: забезпечення злагодженої співпраці між учасниками мережі, включаючи постачальників, партнерів і клієнтів, для досягнення спільних цілей; підтримка репутації: формування позитивного іміджу підприємницької мережі та її учасників, що сприяє зміцненню довіри серед споживачів і партнерів; задоволення потреб споживачів: оперативна комунікація і швидка реакція на запити та зміни на ринку, що дозволяє ефективніше задовольняти споживчі потреби; організація гідної праці та її оплати: забезпечення працівників комфортними умовами праці та справедливою винагородою, що підвищує їхню мотивацію і продуктивність; підвищення конкурентоспроможності: використання комунікацій для створення конкурентних переваг, таких як інновації, підвищення якості продукції та оптимізація процесів [8]. Завдяки ефективним бізнес-комунікаціям підприємницькі мережі здатні підвищувати свою гнучкість, адаптивність і успішність на ринку.

Процес бізнес-комунікацій включає соціально-економічну складову, яка включає управлінський аспект та соціальний аспект, а також технічну складову, що враховує комплекс технічних засобів для передачі інформації, зокрема діджиталізацію [6]. Управління розвитком бізнес-комунікацій підприємницьких мереж передбачає побудову моделі бізнес-комунікацій із врахуванням розвитку діджиталізації, як важливого та безперервного процесу їх оптимізації, що передбачає використання ІТ-рішень

і програмного забезпечення для підвищення ефективності обміну інформацією всередині підприємницької мережі шляхом спрощення, мінімізації витрат та підвищення надійності прийнятих управлінських рішень. Зокрема діджиталізація сприяє підвищенню розвитку бізнес-комунікацій підприємницьких структур у таких сферах, як: автоматизація; електронне управління; віддалена робота; електронно-цифровий банкінг [7] тощо. Щоб залишатися конкурентоспроможними, підприємницькі мережі мають активно впроваджувати новітні цифрові рішення. Найпоширенішими технологіями діджиталізації є: штучний інтелект (ШІ), CRM-система (Customer Relationship Management), PIM-система (Product Information Management), ERP-система (Enterprise Resource Planning), чат-боти, доповнена реальність (AR) [2, 3]. Впровадження цих технологій дозволяє підприємницьким мережам бути більш ефективними, конкурентоспроможними та орієнтованими на сучасні потреби ринку.

Виходячи з проведеного аналізу, управління бізнес-комунікаціями підприємницьких мереж трактуємо як процес обміну інформацією всередині відповідних мереж та передачу даних через комунікаційні канали до керівництва учасників бізнес-процесу для забезпечення надійної координації між всіма структурними підрозділами підприємств мережі, ефективною інформаційною взаємодією зі стейкхолдерами та між співробітниками задля підвищення конкурентоспроможності. Такий підхід враховує виклики сучасного цифрового суспільства. Модель бізнес-комунікацій підприємницьких мереж як основи підвищення їх конкурентоспроможності подано на рис. 1.

Комунікаційне середовище підприємницьких мереж відбувається шляхом внутрішньої циркуляції інформації між структурними підрозділами підприємств та їх працівниками. Архітектор мережі відповідає за вирішення питань фінансування мережі. Координатор мережі забезпечує взаємодію між компаніями та інтегрує їх у функціонуючу мережу. Куратор мережі займається плануванням та навчанням учасників мережі. Розробники мереж, які є підприємцями, відповідають за поєднання досвіду та обладнання, необхідних для виробництва нового товару або послуги, а також за організацію виробничого процесу.

До адміністративних методів управління підприємницькими мережами відносять підбір і розстановку кадрів, розробку посадових інструкцій, адміністративних норм і нормативів, а також нормативно-правове регулювання. Економічні методи передбачають планування, встановлення економічних норм і нормативів, систему мотивації. Соціально-психологічні методи передбачають участь працівників в управлінні мережею та задоволення їх моральних та матеріальних проблем.



Рис. 1. Модель бізнес-комунікацій підприємницьких мереж

Прямі засоби управління включають делегування повноважень і завдань, організацію обговорень, круглих столів, а також розпорядження та директиви. Непрямі засоби управління – оцінку працівників та оцінку робочого процесу. Додаткові засоби управління передбачають використання певного стилю управління, заснованого на системі цінностей, довірі та взаємності, створення неформальних груп та ефективної робочої атмосфери.

Інформаційно-комунікаційне забезпечення передбачає використання таких інформаційних ресурсів, як знання, відомості та дані за допомогою інформаційних технологій та програмного забезпечення.

Ключовими перевагами використання запропонованої моделі бізнес-комунікацій є: підвищення гнучкості управління, зменшення впливу негативних чинників, мінімізація паперового документообігу, підвищення швидкості й точності інформаційних потоків, зниження витрат, оптимізація процесів моніторингу, аналізу, обліку, контролю, прогнозування та моделювання, забезпечення прозорості комунікацій, а також можливість підвищення компетентностей і конкурентних переваг.

Таким чином, комунікаційні канали є ключовим чинником управління підприємницькими мережами. Інтеграцію засобів комунікації в єдиний комунікативний ресурс забезпечує інтегрованість комунікаційної взаємодії, її результативність та інформова-

ність стейкхолдерів та працівників необхідної інформації. Причому, як зазначено авторами у роботі [5], система управління комунікаційними каналами підприємницьких мереж передбачає визначення ключових показників діяльності підприємства, що обумовлює необхідність ретельного планування, оцінки результативності та забезпечення ефективності цієї системи для забезпечення продуктивного обміну інформацією. Це повинно враховувати специфіку функціонування підприємницької мережі, структуру та регламентацію комунікаційного середовища, а також комунікаційні та компетентні можливості при виконанні певного завдання чи прийнятті управлінського рішення.

На основі аналізу наукових праць [1, 4, 5], а також практики діяльності підприємницьких мереж, запропоновано оцінювати ефективність моделі бізнес-комунікацій використовуючи такі показники, як своєчасність комунікації, рівень інформованості і компетентності співробітників, наявність і рівень розвитку інформаційно-технічних засобів комунікації, рівень корпоративної соціальної відповідальності підприємницької мережі. Управління розвитком бізнес-комунікацій підприємницької мережі спрямоване на впровадження та вдосконалення заходів комунікаційної підтримки з метою підвищення їх привабливості та забезпечення конкурентоспроможності (рис. 2).

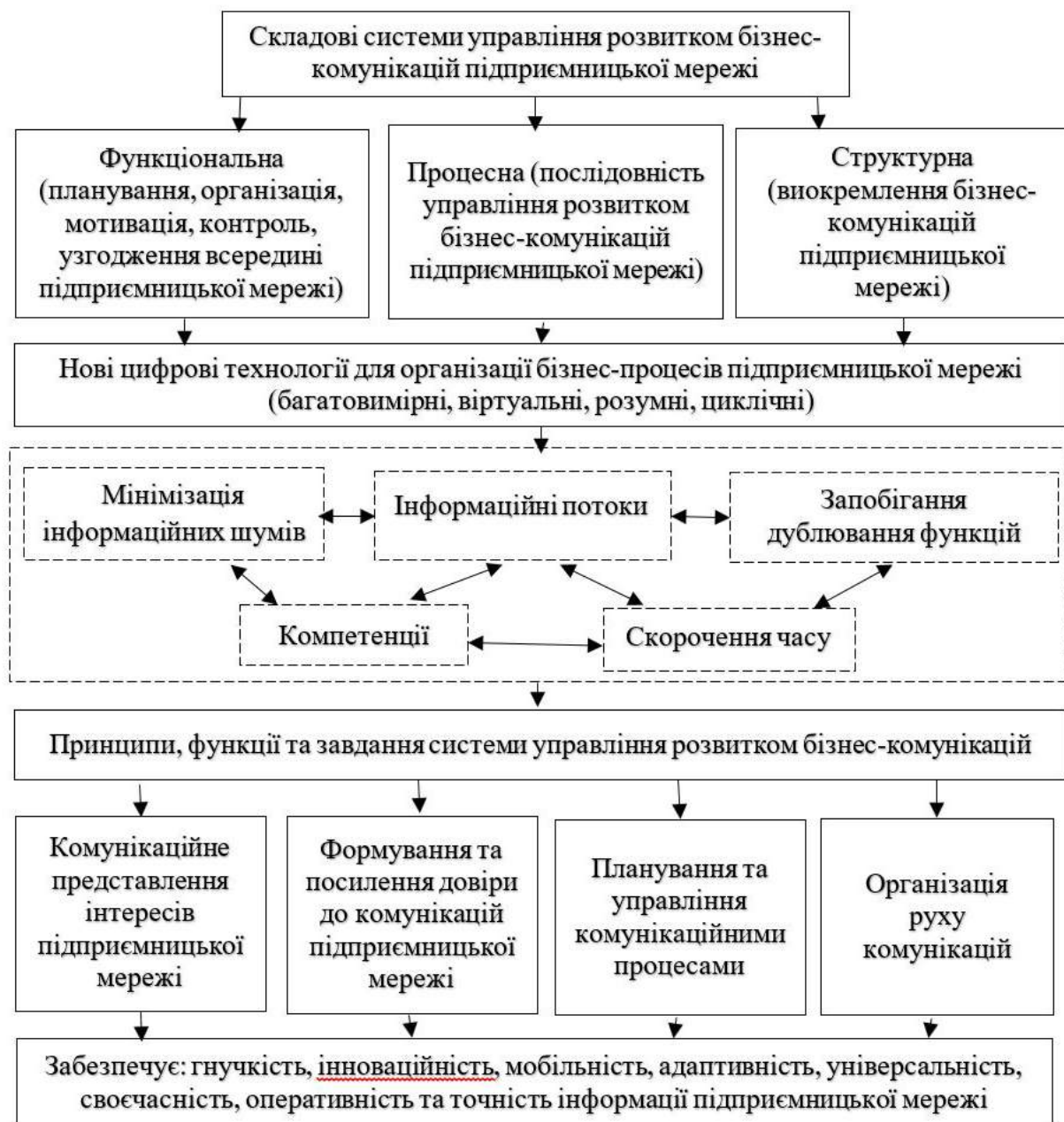


Рис. 2. Управління розвитком бізнес-комунікацій підприємницької мережі

Управління розвитком бізнес-комунікацій у підприємницьких мережах включає технологічну автоматизацію; автоматизацію бізнес-комунікацій; розвиток IT-інфраструктури; впровадження систем бюджетування та єдиного електронного документообігу, використання сучасних IT-інструментів, нових каналів зв'язку, мереж, центрів обробки даних і серверів, а також перехід на хмарні серверні рішення [5]. Управління бізнес-комунікаціями підприємницьких мереж передбачає обмін інформацією всередині відповідних мереж та передачу даних через комунікаційні канали до керівництва учасників бізнес-про-

цесу для забезпечення координації між всіма структурними підрозділами підприємств мережі та ефективної інформаційної взаємодії зі стейкхолдерами та між співробітниками.

Висновки. Розвиток бізнес-комунікацій має значний вплив на конкурентоспроможність підприємницьких мереж. Обґрунтовано, що у сучасних умовах високої конкуренції на ринку, ефективно побудована модель бізнес-комунікацій сприятиме, з однієї сторони, збільшенню частки ринку, підвищенню продажів та прибутку підприємств всередині мережі, а також залученню потенційних клієнтів і формуван-

ню позитивного іміджу, з іншої, надає можливості для оптимізації процесів обміну інформацією, мінімізації ризиків, впровадження мережових комунікацій, контролю за витратами, оптимізації документообігу, оперативного інформування керівництва, застосування сучасних електронних засобів комунікації.

Ефективне управління розвитком бізнес-комунікацій підприємницьких мереж у напрямку забезпечення їх конкурентоспроможності на основі принципів гнучкості, інноваційності, мобільності, адаптивності, універсальності та своєчасності, шляхом

впровадження сучасних цифрових технологій у бізнес-комунікації, дозволить прискорити обмін інформацією, знизити рівень інформаційних шумів, уникнути дублювання управлінських функцій, підвищити компетентність персоналу та скоротити час на продукування й прийняття стратегічних рішень. Перспективою подальших розвідок є розробка науково-методичного підходу до оцінки ефективності управління комунікаційними каналами всередині підприємницької мережі на основі запропонованої моделі бізнес-комунікацій підприємницької мережі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бойда С. Інноваційні підходи до управління підприємствами в умовах діджиталізації економіки. *Економіка та управління підприємствами*. Випуск І(85) 2022. С. 72–81.
2. Внукова Н.М. Світовий тренд прискорення стартапами інноваційних змін в Індустрії 4.0. *Право та інновації*. 2022. №3. С.17-22. URL: <https://pti.org.ua/index.php/ndipzir/article/view/857/656>
3. Ковальов Б. Л., Павлик А. В., Федина С. М. Бізнес-комунікації. Суми : Сумський державний університет, 2020. 113 с.
4. Кравчук І. І., Лавриненко С. О. Управління знаннями та бізнес-комунікаціями – актуальні тренди інноваційного розвитку сучасних організацій. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. DOI: 10.32702/2307-2105-2022.1.4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9868>.
5. Маковецька І. М. Управління комунікаціями в підприємствах : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 ; Державний університет телекомунікацій, Київ, 2021. 24 с.
6. Орел В. М. Роль комунікацій в управлінні підприємством. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. Петра Василенка*. 2016. Вип. 174. С. 60–66.
7. Писаревська Г. І. Тенденції розвитку використання Digital технологій в управлінні персоналом. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2021. Вип. 41. С. 54–60. DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2021-41-10. URL: <https://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/705>.
8. Чернова І. В., Костик Є. П. Розвиток бізнес-комунікацій у системі менеджменту підприємницьких структур. *Київський економічний науковий журнал*. 2024. № 5. С. 158-165. DOI 10.32782/2786-765X/2024-5-23. URL: <https://journals.kyiv.ua/index.php/economy/article/view/148>.
9. Шульгіна Л. М. Бізнес-комунікації. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 151 с.
10. Vnukova N., Kavun S., Kolodiziev O. Indicators-markers for assessment of probability of insurance companies relatedness in implementation of risk-oriented approach. *Economic Studies. Economic research institute Bulgarian academy of sciences*. 2020. Volume 29. Issue 1. P. 151-174.

REFERENCES

1. Boida, S. (2022). Innovative approaches to enterprise management in conditions of digitalization of the economy. *Economics and enterprise management*, 1(85), 72–81. [in Ukrainian].
2. Vnukova, N. M. (2022). The world trend of startups accelerating innovative changes in Industry 4.0. *Law and innovation*, 3, 17–22. Retrieved from: <https://pti.org.ua/index.php/ndipzir/article/view/857/656> [in Ukrainian].
3. Kovalov, B. L., Pavlyk, A. V. & Fedyna, S. M. (2020). *Business communications*. Sumy: *Sumskyi derzhavnyi universytet*. [in Ukrainian].
4. Kravchuk, I. I., Lavrynenko S. O. (2022). Knowledge management and business communications are current trends in the innovative development of modern organizations. *Efficient economy*, 1. DOI: 10.32702/2307-2105-2022.1.4. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9868> [in Ukrainian].
5. Makovetska, I. M. (2021). Management of communications in enterprises. *Extended abstract of the Candidate's thesis*. Kyiv: Derzhavnyi universytet telekomunikatsii, [in Ukrainian]
6. Orel, V. M. (2016). The role of communications in enterprise management. *Bulletin of Kharkiv National Technical University of Agriculture named after Peter Vasilenko*, 174, 60–66. [in Ukrainian].
7. Pysarevska, H. I. (2021). Development trends in the use of digital technologies in personnel management. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series “Economic Sciences”*, 41, 54–60. DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2021-41-10. Retrieved from: <https://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/705> [in Ukrainian].

8. Chernova, I. V. & Kostyk, Ye. P. (2024). Development of business communications in the management system of business structures. *Kyiv Economic Scientific Journal*, 5, 158–165. DOI 10.32782/2786-765X/2024-5-23. Retrieved from: <https://journals.kymu.kyiv.ua/index.php/economy/article/view/148> [in Ukrainian].
9. Shulhina, L. M. (2023) *Business communications*. Kyiv: KPI im. Ihoria Sikorskoho [in Ukrainian].
10. Vnukova, N., Kavun, S. & Kolodiziev, O. (2020) Indicators-markers for assessment of probability of insurance companies relatedness in implementation of risk-oriented approach. *Economic Studies. Economic research institute Bulgarian academy of sciences*, 1(29), 151-174.

KUZMYNCHUK NATALIYA

2nd PhD in Economic, Professor of the V.N. Karazin Kharkiv National University

PYSAREVSKA HANNA

PhD in Economics, Associate professor of the V.N. Karazin Kharkiv National University

LYTOVCHENKO OLENA

PhD in Economics, Associate professor of the V.N. Karazin Kharkiv National University

MANAGEMENT OF THE BUSINESS COMMUNICATIONS DEVELOPMENT AS THE BASIS FOR INCREASING THE COMPETITIVENESS OF BUSINESS NETWORKS

Problem setting. Communications are a key element in the process of managing business structures, both internally and externally. In the context of globalization and technological changes, there is a need to develop new approaches to business communications management, which contributes to the achievement of the strategic and tactical goals of enterprises and networks and their competitiveness. This necessitates the research of the problems of managing the development of business communications in business networks.

Analysis of recent researches and publications. The problem of managing the development of business communications of enterprises is devoted to the work of such scientists as: S. Boyda, N. Vnukova, S. Kavun, O. Kolodiziev, B. L. Kovalev, A. V. Pavlyk, S. M. Fedina, I. I. Kravchuk, S. O. Lavrynenko, Makovetska I. M., V. M. Orel, H. I. Pysarevska, I. V. Chernova, Ye.P. Kostyk, L. M. Shulgina. At the same time, the issue of the development of business communications of entrepreneurial networks requires further scientific research.

Purpose of research is to define the essence of the concept of “business communication of entrepreneurial networks”, to analyze their features and the impact of Internet technologies, to determine the functions and stages of the implementation of business communications of entrepreneurial networks, and to substantiate the ways of their development to increase competitiveness.

Article’s main body. Business communications of entrepreneurial networks are a key tool for effective management and development of companies that are part of such networks and include a set of measures aimed at the formation and implementation of management decisions that take into account such aspects as: creation and development of entrepreneurial networks; maintenance of reputation; satisfaction of consumer needs; organization and payment of labor; increasing competitiveness.

It was determined that the management of business communications of entrepreneurial networks is a process of exchanging information within the relevant networks and transferring data through communication channels to the management of business process participants to ensure reliable coordination between all structural divisions of the network enterprises and effective information interaction with stakeholders and between employees.

The role of business communications in entrepreneurial networks is analyzed, in particular, their impact on the internal interaction between divisions and external stakeholders. A model of business communications of entrepreneurial networks is proposed, which takes into account the peculiarities of management and information and communication support. The model provides the integration of the latest digital technologies to improve management processes and increase the effectiveness of communications.

Special attention is paid to digitization as one of the key factors in the development of business communications in entrepreneurial networks. The study examines the impact of technologies such as artificial intelligence, CRM, ERP and

PIM systems on the optimization of communication processes. It is noted that digitalization contributes to automation of processes, reduction of costs, increase the speed of information exchange and the reliability of decisions.

The authors have developed a model of business communication management, which includes the main functional stages: from the organization of internal communications to strategic interaction with external partners and customers. The creation of a business communication management model of entrepreneurial networks helps to optimize information exchange processes, minimize risks, implement network communications, control costs, optimize document flow, promptly inform management, obtain detailed information and find optimal solutions, as well as the use of modern electronic means of communication. It allows to achieve high competitive advantages

Conclusions and prospects for the development. Managing the development of business communications of entrepreneurial networks involves ensuring their flexibility, innovation, mobility, adaptability, versatility, and timeliness through the introduction of modern digital technologies in business communications. This will speed up the exchange of information, reduce the level of information noise, avoid duplication of management functions, facilitate the adaptation of communications, increase the staff competence and reduce the time for making strategic decisions, which, in turn, will contribute to increasing the competitiveness of business networks. The practical significance of the research is to develop recommendations for improving business communications in entrepreneurial networks, in particular through the implementation of information and communication technologies and automated management systems.

Keywords: business communications, entrepreneurial networks, business communications development management, digitalization, information and communication technologies, business communications management model, competitiveness.

За ДСТУ 8302:2015 цю статтю слід цитувати:

Кузьминчук Н. В., Писаревська Г. І., Литовченко О. Ю. Управління розвитком бізнес-комунікацій як основа підвищення конкурентоспроможності підприємницьких мереж. *Право та інновації*. 2024. № 3 (47). С. 152–159.