

У майбутньому розвиток цифрових технологій, штучного інтелекту та робототехніки ще більше розширить можливості точного землеробства і зробить його основою сучасного аграрного сектору.

#### Список використаних джерел:

1. Бойко П. І., Коваленко В. П. Точне землеробство: сучасний стан та перспективи розвитку. Київ : Аграрна наука, 2020.
2. Мельник С. І. Інноваційні технології в сільському господарстві. Харків : Фактор, 2019.
3. Тарасенко О. В. Основи точного землеробства. Київ : НУБіП України, 2021.
4. Міністерство аграрної політики та продовольства України : офіційний вебсайт. URL: <https://minagro.gov.ua>
5. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) : official website. URL: <https://www.fao.org>
6. Пропозиція : журнал. Сучасні технології в аграрному виробництві. URL: <https://propozitsiya.com>

**Анотація:** *The paper explores the concept and key principles of precision agriculture as an advanced approach to modern farming. It highlights the application of digital technologies such as GPS navigation, geographic information systems (GIS), remote sensing, unmanned aerial vehicles (UAVs), and sensor-based monitoring for analyzing soil and crop conditions. The study focuses on site-specific crop management and data-driven decision-making to optimize agricultural processes. The benefits of precision agriculture, including increased productivity, efficient use of resources, and reduced environmental impact, are discussed. The current state and future prospects of precision agriculture development in Ukraine and globally are also outlined.*

**Ключові слова:** *precision agriculture, GIS, GPS, UAV, remote sensing, digital farming, soil monitoring, agroengineering*

**Науковий керівник:**

**Борян Л.О.,**

*старший викладач кафедри економічної кібернетики,  
комп'ютерних наук та інформаційних технологій,  
Миколаївський національний аграрний університет*

**УДК 659.1:004.738.5**

**Цифрові комунікації у формуванні іміджу підприємств агропромислового комплексу**

**Білоус Вікторія,**

здобувачка вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»

**Анотація:** у тезах досліджено особливості формування іміджу аграрних підприємств у сучасних умовах розвитку агропромислового комплексу. Обґрунтовано роль комунікаційних інструментів і цифрових технологій у створенні позитивного сприйняття підприємства.

**Ключові слова:** імідж підприємства, аграрні підприємства, комунікації, цифрові технології, агропромисловий комплекс, репутація.

У сучасних умовах розвитку економіки України агропромисловий комплекс залишається одним із стратегічно важливих секторів, що забезпечує продовольчу безпеку держави, розвиток регіонів та формування значної частини експортного потенціалу країни. Посилення конкуренції на внутрішньому і міжнародному ринках, глобалізаційні процеси та активне впровадження цифрових технологій зумовлюють необхідність використання нових підходів до комунікаційної політики підприємств. Саме тому цифрові комунікації дедалі частіше розглядаються як один із ключових інструментів формування іміджу підприємств агропромислового комплексу, оскільки вони забезпечують оперативність поширення інформації та значно розширюють можливості взаємодії з різними групами зацікавлених сторін.

Імідж підприємства виступає важливим нематеріальним активом, що формує уявлення суспільства про діяльність організації, її надійність, якість продукції та рівень соціальної відповідальності. У сучасній економіці позитивний імідж підприємства безпосередньо впливає на конкурентоспроможність і здатність організації ефективно функціонувати на ринку. При цьому маркетингові комунікації відіграють ключову роль у процесі формування інформаційного образу підприємства, оскільки саме через них здійснюється передача цінностей бренду, позиціонування продукції та формування довіри до виробника. Як зазначається у сучасних дослідженнях, маркетингові комунікації є важливим інструментом формування іміджу аграрних підприємств та забезпечують ефективну взаємодію із зовнішнім середовищем [1].

Цифровізація економічних процесів суттєво трансформувала традиційні підходи до маркетингової діяльності підприємств. Використання цифрових каналів комунікації – корпоративних веб-сайтів, соціальних мереж, електронних торговельних платформ та інших онлайн-інструментів – дозволяє підприємствам оперативно поширювати інформацію про свою діяльність та налагоджувати постійний контакт із цільовою аудиторією. У цьому контексті цифрові технології маркетингу значно підвищують ефективність комунікаційної взаємодії підприємства з ринком, забезпечуючи ширше охоплення споживачів і можливість швидкого реагування на зміни ринкового середовища [2]. Водночас цифровізація маркетингових процесів сприяє підвищенню прозорості діяльності підприємств та формуванню більш відкритої інформаційної політики.

Для підприємств агропромислового комплексу цифрові комунікації мають особливе значення, оскільки вони дозволяють скоротити інформаційну дистанцію між виробниками та кінцевими споживачами. Через цифрові платформи підприємства можуть демонструвати особливості виробничих процесів, розповідати про походження продукції, використання сучасних технологій та дотримання стандартів якості. Такий підхід формує довіру до бренду та позитивно впливає на сприйняття підприємства у суспільстві. Крім того, використання сучасних цифрових інструментів управління маркетинговою діяльністю сприяє підвищенню ефективності комунікаційних процесів та дозволяє більш гнучко адаптувати маркетингові стратегії до змін ринкових умов [3].

Важливим елементом цифрових комунікацій є використання соціальних медіа, які забезпечують постійну взаємодію підприємства з аудиторією та створюють умови для формування відкритого інформаційного середовища. Публікація новин, аналітичних матеріалів, фото- та відеоконтенту дозволяє підприємствам формувати сучасний і динамічний образ бренду. При цьому ефективність комунікаційної діяльності значною мірою залежить від змістовності та системності інформаційного контенту. Використання цифрових контент-стратегій у маркетинговій діяльності підприємств сприяє підвищенню рівня залученості аудиторії та формуванню довгострокових відносин зі споживачами, що у підсумку позитивно впливає на репутацію компанії на ринку [4].

Ефективне використання цифрових комунікацій передбачає їх інтеграцію у загальну систему управління підприємством. Комунікаційна політика повинна бути узгоджена зі стратегічними цілями організації, її позиціонуванням на ринку та особливостями цільових аудиторій. Саме комплексне поєднання традиційних і цифрових інструментів маркетингу створює умови для формування стабільного та позитивного іміджу підприємства. В умовах цифрової трансформації економіки інтегровані комунікації дозволяють підприємствам ефективно адаптуватися до змін зовнішнього середовища та підтримувати конкурентні позиції на ринку. Зокрема, комунікаційна політика аграрних підприємств повинна враховувати сучасні поведінкові зміни споживачів і активне використання цифрових каналів отримання інформації [5].

З метою узагальнення основних положень дослідження доцільно систематизувати ключові елементи використання цифрових комунікацій у формуванні іміджу підприємств агропромислового комплексу, що відображено на рисунку 1.

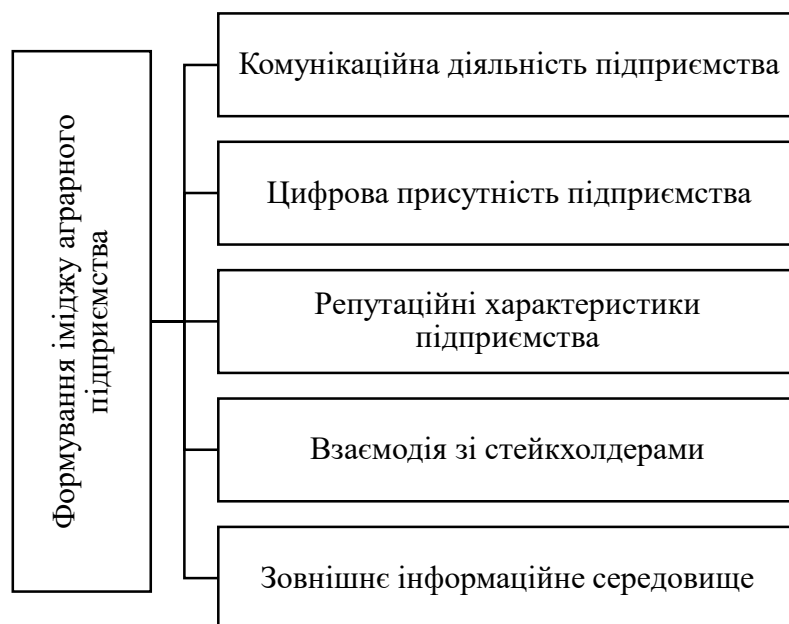


Рисунок 1 Основні складові формування іміджу аграрного підприємства  
Джерело: авторська розробка

### Список використаних джерел:

1. Кашульська Т. С., Король Ю. К. Роль маркетингових комунікацій у формуванні іміджу аграрних підприємств. Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит. 2024. № 9. DOI: <https://doi.org/10.20998/2313-8890.2024.09.03>
2. Білоусько Т. С. Цифровізація маркетингової діяльності підприємства. Економіка та суспільство. 2023. № 52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-76>
3. Какурінов К. О., Чернікова Н. І., Долина Р. В. Цифрові технології в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства. Вісник Полтавського державного аграрного університету. 2024. № 2. DOI: <https://doi.org/10.32782/pdau.eco.2024.2.5>
4. Капінус Л. В. Цифрові контент-стратегії у системі сучасного маркетингу підприємств. Економіка та управління АПК. 2025. № 1. DOI: <https://doi.org/10.33245/2310-9262-2025-197-1-194-204>
5. Пепчук С. М. Особливості комунікаційної політики аграрних підприємств в умовах цифрової трансформації та поведінкових змін. Scientific Journal of Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University. Economics. 2025. URL: <https://journals.chnu.chernivtsi.ua/index.php/econom/article/view/299>

**Abstract:** *the thesis examines the features of image formation of agricultural enterprises in modern conditions of the agro-industrial complex development. The role of communication tools and digital technologies in creating a positive perception of the enterprise is substantiated.*

**Keywords:** *corporate image, agricultural enterprises, communications, digital technologies, stakeholders, agro-industrial complex, reputation.*

**Науковий керівник:**

**Тищенко С.І.,**

*канд. пед. наук, доцент, завідувач кафедри економічної кібернетики, комп'ютерних наук та інформаційних технологій,  
Миколаївський національний аграрний університет*

**УДК 004.8:631**

## **Штучний інтелект в агроінженерії**

**Бондар Іван,**

здобувач вищої освіти спеціальності 208 «Агроінженерія»

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

***Анотація:** У роботі розглянуто використання технологій штучного інтелекту в сучасній агроінженерії. Проаналізовано основні напрями застосування алгоритмів машинного навчання та комп'ютерного зору у сільському господарстві. Особливу увагу приділено використанню штучного інтелекту для моніторингу стану посівів, прогнозування врожайності та автоматизації аграрної техніки. Також розглянуто перспективи впровадження інтелектуальних систем управління в аграрному секторі України.*

***Ключові слова:** штучний інтелект, машинне навчання, агроінженерія, точне землеробство, автоматизація, моніторинг посівів.*

Сільське господарство у ХХІ столітті активно розвивається під впливом сучасних цифрових технологій. Однією з найперспективніших інновацій є використання штучного інтелекту. Штучний інтелект – це сукупність програмних алгоритмів і систем, здатних аналізувати великі обсяги даних, навчатися на основі отриманої інформації та приймати рішення без безпосереднього втручання людини.

У сільському господарстві такі технології допомагають підвищити ефективність виробництва та оптимізувати використання ресурсів. Системи штучного інтелекту можуть аналізувати дані, отримані з дронів, супутників та різноманітних сенсорів у полі, що дозволяє контролювати стан рослин, рівень вологості ґрунту та інші важливі показники. Завдяки цьому фермери можуть швидше виявляти проблеми та приймати більш обґрунтовані рішення щодо обробітку полів

Одним із ключових напрямів застосування штучного інтелекту є технологія точного землеробства. Вона передбачає використання спеціальних програм і алгоритмів для аналізу даних про ґрунт, погодні умови та врожайність. На основі цих даних формуються рекомендації щодо оптимального внесення добрив, поливу та захисту рослин. Це дозволяє підвищити врожайність та зменшити витрати ресурсів.