

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОГО ІМІДЖУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У доповіді досліджено роль цифрових технологій у формуванні позитивного іміджу сучасних підприємств. Проаналізовано вплив цифрової комунікації, електронного документообігу та цифрової трансформації на корпоративну репутацію. Визначено ключові цифрові інструменти формування іміджу, включаючи соціальні мережі, мобільні додатки, системи електронного документообігу та штучний інтелект. Досліджено українські практики впровадження цифрових рішень для побудови іміджу бізнес-структур.

Ключові слова: цифровий імідж, електронний документообіг, цифрова трансформація, корпоративна репутація.

Abstract

The article examines the role of digital technologies in forming a positive corporate image of modern enterprises. The influence of digital communication, electronic document management, and digital transformation on corporate reputation is analyzed. Key digital tools of image formation are identified, including social networks, mobile applications, electronic document management systems, and artificial intelligence. Ukrainian practices of implementing digital solutions for building the image of business structures are studied. The research proves that digital technologies significantly enhance trust, transparency, and competitiveness of enterprises in the digital economy.

Keywords: digital image, electronic document management, digital transformation, corporate reputation.

Вступ

Цифрова трансформація суттєво змінює підходи до формування корпоративного іміджу сучасних підприємств. Активне використання цифрових технологій дозволяє організаціям підвищувати рівень довіри споживачів, покращувати репутацію та зміцнювати конкурентні позиції на ринку.

Результати дослідження

Соціальні мережі, корпоративні вебсайти та онлайн-платформи є ключовими каналами взаємодії з цільовою аудиторією, які формують перше враження про компанію. Цифрові комунікаційні інструменти функціонують на трьох рівнях іміджетворення: створення першого враження, підтримка постійного контакту та формування експертності бренду.

Українські кейси (ПриватБанк, Сільпо) демонструють, що мобільні додатки з елементами персоналізації та гейміфікації створюють емоційно позитивний досвід взаємодії, що є основою довгострокової лояльності споживачів [1]. Метамовний аспект цифрових комунікацій проявляється через візуально-символічні наративи, які формують специфічні асоціації та емоційний зв'язок із брендом.

Використання електронного документообігу та кваліфікованого електронного підпису сприяє формуванню іміджу сучасної та технологічно зрілої організації. Цифровізація внутрішніх процесів демонструє турботу про співробітників та формує імідж відповідального роботодавця.

Впровадження ERP-систем, CRM-платформ та аналітики великих даних дозволяє перебудувати логіку взаємодії як усередині компанії, так і ззовні. Для публічних службовців електронна пошта залишається первинним інструментом офіційної комунікації, що створює імідж професійності, водночас

технології миттєвих повідомлень використовуються для демонстрації оперативності у кризових ситуаціях [2].

Застосування мобільних додатків, автоматизованих сервісів та аналітики даних підвищує клієнтоорієнтованість та рівень довіри до підприємства. Штучний інтелект створює персоналізовані стратегії іміджетворення через формування адаптивних інформаційних потоків та прогнозування поведінки аудиторії.



Рисунок 1. Цифрові фактори формування корпоративного іміджу підприємства

Критичним фактором є роль кібербезпеки: інциденти з витоком даних здатні нівелювати позитивний імідж навіть найбільш інноваційних компаній. Прозора політика кіберзахисту, регулярні аудити та публічні звіти про безпеку стають важливими іміджевими інструментами [3].

Зростає значення цифрової соціальної відповідальності: впровадження еко-орієнтованих цифрових рішень (відмова від паперу, енергоефективні дата-центри, дистанційні формати роботи) формує імідж не лише технологічного, а й етичного бренду. Регіональні підприємства України (зокрема, Полтавської та Вінницької областей) активно впроваджують діджитал-рішення, що створює сучасний імідж організацій, орієнтованих на прогрес.

Висновки

Цифрові технології є важливим інструментом формування корпоративного іміджу сучасного підприємства. Їх використання сприяє підвищенню довіри споживачів, зміцненню репутації та забезпечує стійкий розвиток організації в умовах цифрової економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чекалюк В. Метамова у цифровому суспільстві: її роль у формуванні іміджів та суспільної свідомості. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2025. №3. URL: <https://stmm.in.ua/archive/ukr/2025-3/9.pdf> (дата звернення: 25.12.2025)
2. Саприкін В. Оцифровування, цифровізація та цифрова трансформація публічного управління в Україні. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2024. №1. URL: <https://gov.bulletin.knu.ua/uk/article/view/3022> (дата звернення: 25.12.2025)
3. Червченко О. Б. Використання інструментів (технологій) цифрового простору при формуванні іміджу публічного службовця. *Право та державне управління*. 2024. №3. URL: http://www.pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/3_2024/18.pdf (дата звернення: 25.12.2025)

Боковець Вікторія Вікторівна – доктор економічних наук, професор кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: bokovets.v@ukr.net

Куций Дмитро Миколайович – студент групи П-226, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: dima.kuttsiy@gmail.com

Bokovets Viktoriia Viktorivna – Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistics and Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: bokovets.v@ukr.net

Kutsyi Dmytro Mykolaiovych – student, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: dima.kuttsiy@gmail.com