



УДК 005.57:334.012.61-022

**INFORMATION MANAGEMENT: COMMUNICATION SECURITY
STRATEGY OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS
ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СТРАТЕГІЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ
МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ**

Prygodiuk O.M./ Пригодюк О.М.*PhD, Associate professor/ к.е.н., доцент*

ORCID: 0000-0002-4706-391X

Parnikov I. Ye./ Парніков І.Є.*Postgraduate student/ аспірант*

ORCID: 0009-0001-4598-0108

*Cherkasy State Technological University, Cherkasy, Shevchenko 460, 18006**Черкаський державний технологічний університет, Черкаси, Шевченко 460, 18006*

Анотація. У статті розглядається роль та значення сучасного українського малого та середнього бізнесу, що формує стратегічні плани щодо можливості комунікативного забезпечення в умовах воєнного сьогодення. Визначено значну роль комунікацій у сучасному світі бізнесу у парадигмі «бізнес-постачальник-ринкова інфраструктура-клієнт». Зазначено комплексність застосування комунікативних технологій на основі врахування інтересів розвитку бізнесу. Розглянуто можливості та переваги хмарних технологій для малого і середнього бізнесу. Зазначено, що хмарні рішення дозволяють ефективно управляти даними, забезпечувати доступ до них у будь-який час і з будь-якого місця, що сприяє оптимізації бізнес-процесів та економії ресурсів, а в умовах зростання загроз кібербезпеці вони надають надійний захист через шифрування, мінімізуючи ризики втрати даних. Окреслено, що хмарні технології забезпечують гнучкість бізнесу в масштабуванні ресурсів і сприяють прийняттю стратегічних рішень завдяки аналітичним інструментам. Розглянуто ключові вимоги до комунікаційних стратегій інформаційного менеджменту в системі господарської діяльності малого та середнього бізнесу. Рекомендовано етапи організації роботи з розробки та цільового впровадження комунікаційної стратегії. Резюмовано, що успішними стають ті фірми, що мають чіткі стратегічні перспективи в майбутньому на основі поступової розбудови, регулювання та контролю за зв'язками, інформаційним забезпеченням та людськими ресурсами.

Ключові слова: менеджмент, інформаційний менеджмент, комунікації, малий середній бізнес, стратегія.

Вступ.

В умовах активного, всеосяжного науково-технічного прогресу в світовому просторі відбувається нарощення інформаційно-комунікаційної діяльності підприємництва, що є реальною потребою розвитку, удосконалення інструментів та технологій інформаційного менеджменту, врахування складності, непередбачуваності багатьох процесів бізнесового та небізнесового характеру, вивчення груп ризиків та напрацювання безпекових зон діяльності. Нові питання різновекторного спрямування, цільові технології інформаційного менеджменту розширюють перспективи залучення комунікацій, спілкування та обміну інформацією в малому та середньому бізнесі, мають не просто велику роль та вплив на ефективність поточної діяльності, а ще й формують майбутнє національного бізнесу. Актуальність питань інформаційного менеджменту, комунікаційного забезпечення в умовах ведення війни на території України достатньо проблемна, що потребує багато уваги з боку фахівців, персоналу,



державного та галузевого менеджменту.

Успішність бізнесу, не зважаючи на його розміри, залежить від правильної, цілеспрямованої організації інформаційної діяльності. Така вимога часу, нових реалій ринкової діяльності, потреб внутрішнього та зовнішнього оточення малого та середнього бізнесу, умов тактичних та стратегічних заходів, необхідності планування не лише виробничих процесів, а й управлінської складової господарської діяльності.

Комунікації та інформаційно-комунікаційна діяльність поступово стали центральною ланкою бізнес-діяльності, стратегування заходів та моделей бізнес-планування. Зміни відбуваються в теоретичному, методичному, практичному забезпеченні інформаційно-комунікаційної діяльності підприємств, посилюються конкуренція та її дія в ринкових відносинах, нарощуються вимоги до безпечного відтворення ділових стосунків, використання інформаційних ресурсів, технічного та технологічного забезпечення руху управлінської інформації.

Мета статті: визначити актуальні питання розвитку системи знань інформаційного менеджменту та розробки стратегії комунікаційної безпеки малого та середнього бізнесу.

Значний вклад в основи інформаційно-комунікаційного менеджменту закладено видатним науковцем Г. Почепцовим [5]. Ідеї, творчі думки, напрацювання Г. Почепцова формують понятійно-категорійний апарат, виводять функцію організації комунікацій на перші сторінки усіх стратегічних планів, прогнозів, моделей та схеми управлінського забезпечення. Науковцем проведено дослідження управлінських законів, що окреслюють тенденції руху у суспільстві комуникативних потоків (закон комуникативних технологій). Доведено, що комунікація лежить в основі усіх змін у реформуванні суспільства, поведінці за рахунок моделювання поведінки груп або окремої людини. Винесено на розгляд та дано рекомендації впроваджувати парадигму менеджменту: «зміни в комунікації → зміни в моделі світу → зміни в поведінці» [5]. В цілому, інформаційний менеджмент активно досліджує та виокремлює в самостійний напрям питання комунікаційного забезпечення, комунікаційної політики, безпеки інформаційної діяльності, що має своє стратегічне значення в просуванні досягнень науково-технічного та інформаційно-інтелектуального прогресу.

Актуальні питання управління інформаційними та комунікаційними процесами розглянуто в монографічному дослідженні під керівництвом Т. Гринько, Т. Гвініашвілі [2], своє відображення отримали питання безпеки інформаційного забезпечення вивчення ризиків. Цікавими постають дослідження О. Фінагіної, А. Павловської, Л. Горохової в контексті інформаційно-комунікаційних проблем та питань балансування інтересів розвитку українського сектору малого та середнього бізнесу в умовах активізації євроінтеграційних прагнень [7, 8]. Роль та значення малого бізнесу для національної економіки складно переоцінити, він впливає на реформи, успішність ринкового забезпечення регіонів, працевлаштування населення – наголошують науковці, представники державного та регіонального управління, експерти та аналітики.



Основна частина:

Сучасний український малий та середній бізнес не завжди приділяє увагу стратегічному плануванню щодо комунікативного забезпечення у форматі міжрівневої та мережевої передачі інформації, станів майбутнього ділового спілкування та залучення інформаційних ресурсів, цілей руху технічного та технологічного забезпечення, виокремлення зон безпечного спілкування та якості ділових комунікацій. Ця думка з одного боку є зрозумілою – повномасштабна війна, знищення виробництв та інфраструктури, втрати часу та робочої сили, релокації бізнесу, великі ризики нового оточення для персоналу, а з іншого – інтереси виходу за рамки малого бізнесу на основі активізації діяльності на ринку, спрощення конкуренції, нові формати інформаційно-комунікаційного забезпечення ділових контактів.

В довоєнні часи в Україні малий та середній бізнес виробляв лише 12-15% ВВП, але, при цьому забезпечував до 70-79% робочих місць [9]. Перед початком вторгнення було приблизно 18 000 середніх компаній і понад 350 000 малих, з яких більш як 86% – мікробізнес (до 2 млн. євро). Разом вони давали роботу більш як 5 млн українців, з них 62,5% працювали на середній бізнес. А також майже 2 млн ФОПів. Війна не віднадила підприємців від запуску нових компаній: за 15 місяців в Україні з'явилося майже 41 000 нових компаній і 318 000 ФОПів. Але достовірної інформації щодо закритих за цей час компаній органи державної статистики ще не надали [10].

На кінець 2023 року мікро-, малі та середні підприємства в українській економіці складають 99,98% усіх суб'єктів господарювання та забезпечують 74% усіх робочих місць, що слід визнати позитивним фактом та наявністю балансу інтересів у відносинах «малий та середній бізнес → влада» [11].

Сьогодні українське суспільство має проблемний стан з підтримкою діяльності малого та середнього бізнесу, що, будемо сподіватися, має тимчасовий характер і, по завершенню війни, державна політика системного регуляторного впливу на підприємництво отримає нову хвилю заходів. Але досвід та питання інформаційної безпеки для малого та середнього бізнесу залишаються затребуваними, актуалізованими в площині організації діяльності персоналу, збереження даних, залучення захищених каналів комунікацій та інформаційних ресурсів.

В Україні в останні роки зріс попит на хмарні сервіси, в часи невизначеності компанії прагнуть убезпечити свої цифрові напрацювання, розміщуючи їх у надійних та захищених місцях які надають хмарні сервіси. В часи економічної кризи, пандемії, війни малий та середній бізнес все активніше залучає цільові сервіси та переносить у хмару значну частину цифрової інформації для забезпечення захисту ділової інформації, великих обсягів аналітики, в подальшому продовжують нарощувати проекти розроблені завдяки хмарним технологіям. Тренд використання хмарних сервісів у перший рік війни зріс на 35% [3].

Хмарні технології відіграють важливу роль в інформаційному менеджменті, особливо коли йдеться про забезпечення комунікаційної безпеки малого та середнього бізнесу. Вони дають змогу ефективно керувати даними, захищати їх



від загроз, а також оптимізувати бізнес-процеси, знижуючи витрати на інформаційні системи. На тлі війни в Україні малий і середній бізнес активно переходить на хмарні рішення. Такий ріст обумовлений необхідністю більшої гнучкості в умовах нестабільності, адже хмарні технології дозволяють швидко адаптуватися до змін і забезпечують доступ до даних навіть у критичних ситуаціях. Використання хмар також дає можливість українським компаніям застосовувати аналітичні інструменти, автоматизувати бізнес-процеси та підвищувати рівень кібербезпеки, що є особливо актуальним в умовах посилення кібератак [1].

Окреслимо основні аспекти та переваги застосування хмарних технологій у контексті інформаційного менеджменту та безпеки для малого та середнього бізнесу. При застосуванні хмарні технології:

- дають змогу малим і середнім підприємствам централізовано зберігати інформацію, забезпечуючи доступ до неї в будь-який час та з будь-якого пристрою, що значно полегшує управління даними та їх організацію;

- забезпечують захист даних за допомогою вбудованих механізмів, таких як шифрування, багаторівнева аутентифікація та моніторинг підозрілої активності;

- дозволяють бізнесу створювати резервні копії важливих даних автоматично, що значно зменшує ризик втрати інформації у разі аварій або кібератак, для малого та середнього бізнесу, автоматизоване резервне копіювання є економічно вигідним і надійним рішенням;

- дає можливість співробітникам працювати віддалено, використовуючи різні платформи, що дозволяють ефективно обмінюватися інформацією, координувати дії та швидко реагувати на нові виклики, а вбудовані засоби безпеки допомагають захистити конфіденційність комунікацій, що є критично важливим у бізнес-середовищі;

- надають бізнесу гнучкість, дозволяючи масштабувати ресурси в міру необхідності, без необхідності в додаткових капіталовкладень;

- збір та аналіз даних у хмарних системах дозволяє малому та середньому бізнесу отримувати інсайти щодо своєї діяльності та клієнтів, що сприяє кращому розумінню ринку і прийняттю стратегічних рішень.

У сучасному світі бізнесу, його діловому середовищі саме комунікації забезпечують успіх діяльності від ідеї до реалізації проєктів, коли відбувається одночасне врахування та балансування інтересів в парадигмі «бізнес → постачальник → ринкова інфраструктура → клієнт». Сьогодні в українському бізнес-середовищі комунікативні технології формуються складно, мають комплексний формат онлайн та офлайн співпраці, потенційно є ризикованими. Комунікаційні технології орієнтовані на процеси залучення різновекторної інформації, її збереження, опрацювання та перетворення управлінських знань, на основі врахування інтересів розвитку бізнесу. Свого залучення в процеси обробки та систематизації інформації набувають інтелектуальні технології. Таке насичення можливостей, велика відповідальність та ризики формують необхідність упорядкування дій, залучення управлінських технологій стратегування та розуміння конфліктності деяких процесів.



Метою розробки комунікаційної стратегії, не залежно від сфер діяльності, особливостей організації постає – максимальне використання, системне залучення ресурсів організації в площині фокусування, спілкування, виявлення та залучення безпекових зон комунікацій, інформаційних ресурсів на зростання бізнесу.

Спільнота компаній, які є членами Європейської Бізнес Асоціації, окреслила 7 пріоритетів підприємців на 2024 рік. Більшість з них дотичні до євроінтеграційних рухів України та формування нового бачення комунікаційної стратегії та безпеки інформаційної діяльності: гармонізація національного законодавства із законодавством ЄС; врегулювання питання мобілізації та бронювання співробітників; запуск в Європейській Бізнес Асоціації індустріальної платформи для діалогу з ЄС, яка буде транслювати думки бізнес-спільноти; активне формування кластерів бізнесу за напрямками інтересів розвитку національного виробника. Сприяння міжнародній торгівлі Україна-ЄС, щоб національний бізнес виходив на нові ринки, інтегрувався в європейські ланцюги постачання та посилював логістичні можливості. Не менш актуальними постають питання: інформаційної та комунікаційної безпеки; підтримка валютної лібералізації як інструменту заохочення інвесторів; енергетична стійкість та ефективність у контексті інтеграції України та ЄС; сприяння розширенню інструментів фінансування бізнесу та страхування ризиків [12].

Розглянемо ключові вимоги до комунікаційних стратегій в системі управлінської діяльності малого та середнього бізнесу, узагальнене бачення з позиції сучасного стану української інформаційної економіки, ускладнення інформаційної культури, розширення мереж та технологій спілкування, переходу частини праці в дистанційну форму:

- максимальна орієнтація на своє ресурсне забезпечення та інтегрування зусиль менеджменту на досягнення мети;
- управлінське забезпечення та відповідне консультування з питань модернізації діяльності, отримання послуг в форматах – хмарного обслуговування, безпекових інформаційних продуктів, залучення штучного інтелекту;
- закріплення правил та особливостей роботи з інформацією, інформаційними ресурсами, формуванням інформаційної асиметрії (залучення, усунення, накопичення цього ресурсу впливу на оточення бізнесу);
- інтегрування з іншими видами стратегічного та тактичного планування, системами подальшого регулювання та контролю заходів;
- бачення мети руху та управлінське центрування діяльності, співпраця з партнерами, інвесторами, масмедіа, стейкхолдерами, клієнтами, корпоративною спільнотою та іншими зацікавленими сторонами в розвитку бізнесу на основі безпеки інформаційної діяльності (її цільового зонування та захисту від небажаного втручання);
- висока інформаційна культура та дотримання стандартів безпеки ведення переговорів, формування цільових комунікацій та закріплення менеджерів-комунікаторів(цільові групи що напряму працюють з діловими контрагентами, клієнтами, зовнішніми партнерами);



- виокремлення іміджевих та брендovих комунікацій, що потребують самостійного вивчення та стратегування;
- дослідження цільової аудиторії ділового спілкування, зонування комунікацій, аналіз та оцінка нових, інноваційно-орієнтованих технологій співпраці.

Саме ключові вимоги до комунікацій, якості ділової співпраці, інформаційних ресурсів та цільових технологій окреслюють подальші управлінські завдання, що мають бути сфокусованими вже безпосередньо на клієнтську політику, цільових агентів комунікацій та удосконалення відносин, інтегрування знань в канали стратегічних заходів (рисунок 1).

Наведені завдання та стисло подана узагальнена схема «завдання → управлінський результат» комунікаційної стратегії формують велику кількість допущень, перспектив розширення (або звуження) напрямів розвитку, цільових інструментів та управлінських технологій підтримки інформаційної діяльності на основі науково-обґрунтованих підходів, залучення досвіду українського бізнесу. Рекомендоване бачення завдань та очікуваних результатів оформлює перспективність визначення стратегічних комунікацій, що допомагають малому та середньому бізнесу ефективно доносити цільову інформацію, чітко позиціонувати мету руху, просувати інформацію до цільової аудиторії, просувати актуальні ініціативи, регулювати передкризові та кризові стани.

В системі знань та рекомендацій стратегування планів великого бізнесу існує поділ комунікаційних стратегій на ринкові, внутрішньо-корпоративні та змішаного типу. Рекомендуємо етапи організації та проведення роботи з розробки, цільового впровадження комунікаційної стратегії:

- ✓ аналіз інформаційної бази, комунікацій з постачальниками, стейкхолдерами та іншими агентами співпраці;
- ✓ оцінка стилю управлінської діяльності, особливостей якостей та компетентностей менеджерів й комунікаційного забезпечення;
- ✓ дослідження залученості маркетингу, піар сервісів, реклами до діяльності компанії;
- ✓ оцінка ділового середовища компанії та його змін, консультування з профільними організаціями, консалтинговими компаніями;
- ✓ визначення базових бізнес-процесів та відповідних потреб комунікацій, перспективність інновацій саме цієї сфери;
- ✓ визначення вузьких місць та конфліктних станів, ризиків та зон небезпеки, що потребують особливої уваги;
- ✓ формування баз даних та баз знань щодо комунікацій, перспективи технічного та технологічного переобладнання засобів інформаційного забезпечення;
- ✓ визначення мети руху в площині базових та допоміжних комунікацій у відповідності до загальної стратегії;
- ✓ зонування комунікацій у відповідності до рівня безпеки (або за шкалою оцінок (бальна система, індикатори), або на основі інших характеристик);
- ✓ визначення пріоритетів та розробка заходів відповідно до мети руху, окреслення мотиваційних інструментів покращення діяльності;



- ✓ інтегрування ключових положень, базових безпекових норм (правил, вимог, стандартів) з загальною стратегією, за потреби виокремлення питань контролю, регуляторного впливу, оцінок ризиків.



Рисунок 1 – Узагальнена схема «завдання-управлінський результат» комунікаційної стратегії

Авторська розробка



Зрозуміло, що для малого та середнього бізнесу не всі питання будуть актуальними, але маючи вибір та професійний підхід значно легше приймати рішення. Саме бачення комунікаційної стратегії у відповідності до масштабів середнього бізнесу вже надає поштовху до удосконалення діяльності, розширення горизонту спілкування, визначення реальних майбутніх станів бізнесу, усунення комунікаційних розривів в інформаційних зв'язках, формування безпеки руху стратегічних потоків інформації.

Стратегування комунікаційного забезпечення в своєму розвитку обґрунтовує інтереси та потреби в напрацюванні управлінських дій, цільових технологій регулювання зовнішніх та внутрішніх зв'язків в форматі бажаних відносин, залучення методик оцінки ризиків та зон безпеки, захисту великих обсягів даних. Успішними стають такі фірми, що мають чітке стратегічне бачення майбутнього на основі поступової розбудови, регулювання та контролю за зв'язками, відповідним інформаційним забезпеченням та людськими ресурсами.

Висновки.

Потенціал комунікацій, комунікаційної діяльності та відповідного управлінського забезпечення діяльності бізнесу сформував необхідність виокремлення в межах системи знань інформаційного менеджменту самостійного напрямку – комунікаційний менеджмент, як сфери наукових та практичних думок, що правильно спрямовують рух підприємства до балансу інтересів та гармонійних відносин з зовнішнім середовищем, зон безпечних комунікацій, успішних відносин у внутрішньому середовищі, високої професійної та бізнесової культури, довіри й співробітництва на усіх рівнях діяльності.

Український сектор малого та середнього бізнесу сьогодні потребує системи знань щодо комунікаційного менеджменту, розширення функціонального навантаження цього напрямку досліджень з позиції реальних потреб бізнесу, а саме безпекового забезпечення, соціокультурного спрямування, інноваційного та інвестиційного прогресу, ділової культури. Потреба інтегрувати комунікативну стратегію в загальні стратегічні плани є визнанням рівня розвитку бізнесу, його зрілістю та відповідальністю за майбутнє. Компетентність українського менеджменту в сфері малого та середнього бізнесу доводить серйозне відношення до формування та впровадження стратегічних планів, розширення напрямів оцінок та заходів, відповідність руху до найкращих стандартів європейського ділового середовища. Зауважимо, що застосування хмарних технологій у контексті інформаційного менеджменту та комунікаційної безпеки є стратегічно важливим для малого та середнього бізнесу. Це не тільки забезпечує надійний захист даних і гнучкість комунікаційних процесів, але й сприяє зниженню витрат і підвищенню ефективності роботи. У підсумку, хмарні технології створюють конкурентні переваги, допомагаючи малому та середньому бізнесу ефективно адаптуватися до цифрових викликів сучасності.

Саме система знань інформаційного менеджменту, реальні практики окреслюють майбутнє українського бізнесу в контексті євроінтеграційних прагнень та нагальних потреб підтримки, розширеного відтворення промисловості та аграрного сектору, оборонно-промислового комплексу, освіти



та науки. Комунікаційна складова інформаційного менеджменту є стратегічним компонентом в забезпеченні успіху майбутніх проєктів, нарощенні потенціалу інноваційних змін, якості та компетентності персоналу, формуванні новітніх стандартів міжнародної інформаційної та ділової культури.

Література.

1. Гадецька, З., & Кузьмінський, В. (2021). Інноваційні методи та технології управління підприємством в умовах економіки мінімального контакту. Економіка та суспільство, (23). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-23-4>.

2. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З. Ефективні комунікації як фактор забезпечення розвитку сучасного підприємства. Теорія та практика управління суб'єктами підприємництва: колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпро: Видавець Біла К. О., 2020. С. 60-84.

3. Журнал «Спецпроект Нового Часу», ДОТАТОК Журнал «New Voice» серпень 2023, с.10-11.

4. Завражний К.Ю. Комунікаційні бізнес-процеси промислових підприємств: визначення та систематизація. Економічний форум, 1(1), 2020, 78-
<https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2020-1-11>

5. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. — К., 1999. 9. Сімченко Л. Першоджерела комунікативної філософії / Л. Сімченко. — К., 1996.

6. Пригодюк, О. (2023) «Національні економічні інтереси України в парадигмі змін управлінської безпеки в умовах інформаційної економіки», Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, (17), с. 80-84. doi: 10.32782/2708-0366/2023.17.11.

7. Фінагіна О.В., Павловська А.С., Горохова Л.П, Пригодюк О.М. Напрями розвитку крос-культурних комунікацій в умовах змін ділового середовища та нарощення потенціалу управління знаннями. The International Scientific Periodical Journal «SWorldJournal» has gained considerable recognition among domestic and foreign researchers and scholars. Issue №11, Part 4, January 2022.

8. Фінагіна О.В., Бітюк І.М., Коміренко В.І. Національні економічні інтереси розвитку українського сектору малого та середнього бізнесу: політика євроінтеграції та цільові технології HR-менеджменту. Сучасні тенденції сталого розвитку: теорія, методологія, практика: колективна монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. Т. В. Полозової. Харків: ХНУРЕ, 2022. С. 47-56.

9. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

10. <https://forbes.ua/business/skilki-fopiv-malikh-ta-serednikh-kompaniy-v-ukraini-i-yak-voni-vplivayut-na-ekonomiku-shist-grafikiv-pro-msb-24072023-14882>

11. <https://forbes.ua/news/mayzhe-91-pidpriemstv-v-ukraini-vidnovili-robotu-z-pochatku-viyni-golovne-z-doslidzhennya-programi-rozvitku-oon-undp-20022024-19340>

12. <https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-z-biznesom-golovne-pro-stan-ekonomiki-ta-kompanij-za-sichen-2024>

References.

1. Hadetska, Z., & Kuzminskyi, V. (2021). Innovatsiini metody ta tekhnolohii upravlinnia pidpriemstvom v umovakh ekonomiky minimalnogo kontaktu. Ekonomika ta suspilstvo, (23).



<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-23-4>.

2. Hryenko T. V., Hviniashvili T. Z. Efektyvni komunikatsii yak faktor zabezpechennia rozvytku suchasnoho pidpriemstva. Teoriia ta praktyka upravlinnia subiektamy pidpriemnytstva: kolekt. monohr. / za zah. red. T. V. Hryenko. – Dnipro: Vydavets Bila K. O., 2020. S. 60-84.

3. Zhurnal «Spetsproiekt Novoho Chasu», DOTATOK Zhurnal «New Voice» serpen 2023, p. 10-11.

4. Zavrzhnyi K.Iu. Komunikatsiini biznes-protsesy promyslovykh pidpriemstv: vyznachennia ta systematyzatsiia. Ekonomichnyi forum, 1(1), 2020, 78-
<https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2020-1-11>

5. Pocheptsov H. H. Teoriia komunikatsii / H. H. Pocheptsov. — K., 1999. 9. Simchenko L. Pershodzherela komunikatyvnoi filosofii / L. Simchenko. — K., 1996.

6. Pryhodiuk, O. (2023) «Natsionalni ekonomichni interesy Ukrainy v paradyhmi zmin upravlinskoj bezpeky v umovakh informatsiinoi ekonomiky», Tavriiskyi naukovi visnyk. Seriia: Ekonomika, (17), s. 80-84. doi: 10.32782/2708-0366/2023.17.11.

7. Fynahyna O.V., Pavlovska A.S., Horokhova L.P, Pryhodiuk O.M. Napriamy rozvytku kros-kulturnykh komunikatsii v umovakh zmin dilovoho seredovyscha ta naroshchennia potentsialu upravlinnia znanniamy. The International Scientific Periodical Journal «SWorldJournal» has gained considerable recognition among domestic and foreign researchers and scholars. Issue №11, Part 4, January 2022.

8. Finahina O.V., Bitiuk I.M., Komirenko V.I. Natsionalni ekonomichni interesy rozvytku ukraïnskoho sektoru maloho ta serednoho biznesu: polityka yevrointehratsii ta tsilovi tekhnolohii HR-menedzhmentu. Suchasni tendentsii staloho rozvytku: teoriia, metodolohiia, praktyka: kolektyvna monohrafiia / Za zah. red. d.e.n., prof. T. V. Polozovoi. Kharkiv: KhNURE, 2022. S. 47-56.

9. <https://www.ukrstat.gov.ua/>

10. <https://forbes.ua/business/skilki-fopiv-malikh-ta-serednikh-kompaniy-v-ukraini-i-yak-voni-vplyvayut-na-ekonomiku-shist-grafikov-pro-msb-24072023-14882>

11. <https://forbes.ua/news/mayzhe-91-pidpriemstv-v-ukraini-vidnovili-robotu-z-pochatku-viyni-golovne-z-doslidzhennya-programi-rozvitku-oon-undp-20022024-19340>

12. <https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-z-biznesom-golovne-pro-stan-ekonomiki-ta-kompanij-za-sichen-2024>

Abstract. *The article examines the role and significance of modern Ukrainian MSB, which forms strategic plans regarding the possibility of communication support in today's conditions. An analysis of the activities of small and medium-sized businesses in pre-war Ukraine is carried out. The role and importance of small business in terms of the national economy is defined in the article. The significant role of communications in the modern world of business in the "business-supplier-market infrastructure-client" paradigm is defined. The possibilities and advantages of cloud technologies for small and medium-sized businesses are considered, with an emphasis on communication security and information management. It is noted that cloud solutions allow effective data management, providing access to them at any time and from any place, which helps to optimize business processes and save resources, and in the conditions of growing threats to cyber security, they provide reliable protection through encryption, multi-level authentication and backup, minimizing the risk of data loss. The goal of developing communication strategies regardless of the spheres of business activity is defined. The article considers the key requirements for communication strategies of information management in the system of economic activity of small and medium-sized enterprises. It is noted that in the system of knowledge and recommendations for strategizing large business plans, communication strategies are divided into market, intra-corporate and mixed type. The article recommends the stages of organizing work on the development and targeted implementation of a communication strategy. The vision of the communication strategy in accordance with the scale of small and medium-sized enterprises gives impetus to the improvement of activities, determination of real future states of business, elimination of the gap in communication links, optimal provision of strategic information flows. It is summarized that those firms that have clear strategic prospects in the future based on*



gradual development, regulation and control of communications, information provision and human resources become successful. Therefore, it is the knowledge system of information management and its practice that outlines the promising future of Ukrainian business, and the communication component of information management is a strategic component in ensuring the success of projects and increasing the potential for innovative changes.

Key words: *management, information management, communications, small and medium business, strategy.*