

КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розкрито теоретичні засади комунікаційного менеджменту, де комунікація є найважливішим елементом системи управління знаннями та єдиною ланкою в структурі підприємства. Описано чинники урізноманітнення системи комунікаційного менеджменту підприємства. Акцентовано увагу на комунікаційному середовищі підприємства, де новітні інформаційні технології вже висунули нові вимоги до будови системи управління комунікаціями в підприємствах.

Ключові слова: комунікаційний менеджмент, комунікації, управління, комунікаційне середовище, підприємство.

Постановка проблеми. В наш інтегрований інформаційний час моделі управління підприємствами не можуть існувати без налагодженого ефективного процесу комунікацій між апаратом управління. Якісне управління на підприємстві будується на принципі, що всі учасники такого процесу мають однаковий доступ до всіх видів потрібної інформації, яка їм необхідна та така яку вони можуть використовувати в роботі, активно взаємодіють один з одним, створюючи таким чином умови для ефективного прийняття рішень та успішної роботи в цілому. Враховуючи вплив і взаємозв'язок між комунікаційними процесами і системою управління діяльності будь-якого підприємства, необхідність підвищення ефективності роботи підприємства в цілому і кожного співробітника буде залежити зокрема, від необхідного виявлення та встановлення комунікаційної взаємодії. Тому комунікаційний менеджмент на підприємстві буде ефективним тоді, коли комунікації сприйматимуться, як допоміжна діяльність без якої не можливий процес управління, що дасть змогу підприємству накопичувати, формалізувати, узагальнювати та структурувати знання і досвід кожного працівника в єдиному інформаційному середовищі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Особливості комунікаційного процесу описані зарубіжними вченими, такими як: М. Альбертом, П. Друкером, М. Месконом, Х. Лассуелом, М. Портером, Ф. Тейлором, Ф. Хедоурі та ін. Дослідження комунікацій на рівні підприємства представлені у працях зарубіжних вчених, як: Д. Аакер, Б.Берлесон, Дж. Бернет, Дж.М. Лейхіфа, Б. Мільнер, Г. Стейнер та ін. Ще багато праць присвячено розкриттю питанню управління комунікаційними процесами та наданню важливості місця комунікацій у системі управління підприємством, такими вітчизняними вченими, такі як: М. Бабінець, В. Божкова, А. Войчак, Н. Григор'єва, О. Гудзь, О. Гусева, О. Виноградова, В. Колосок, Н. Босак, О. Жам, Л. Лазоренко, М. Мандзюк, Т. Примак, Г. Почепцов, В. Рева, С.Шапіро, Н. Шпак, Л. Сагер та ін. Але варто відмітити, що зазначені автори не до кінця розглянули роль комунікацій в самій системі управління підприємством, а комунікаційний вплив на персонал підприємства потребує подальших досліджень. Проте, питання щодо обґрунтування важливості комунікаційного менеджменту на підприємстві залишається нагальним і сьогодні.

Метою статті є розкриття теоретичних засад комунікаційного менеджменту, аналіз впливу чинників та характеристика комунікаційного середовища підприємства.

Виклад основного матеріалу. У сучасному бізнес-середовищі комунікації відіграють досить важливу роль, оскільки одним із найбільш цінних ресурсів на підприємстві виступає інформація, а комунікації – це не що інше, як процеси обміну такою інформацією між всіма учасниками такого процесу. Від того, наскільки швидко і точно можна передавати інформацію між співробітниками, клієнтами і діловими партнерами, вирішальним чином залежить успіх і самого підприємства в цілому.

Розкриваючи роль комунікаційного менеджменту як важливого чинника в ефективному управлінні підприємством потрібно відмітити двоєдину природу комунікаційного менеджменту [6]. З одного боку, комунікаційний менеджмент є складовою теорії управління економічними системами. Він вивчає взаємодію в часі і в просторі елементів які ефективно використовують усі види капіталу економічних систем, а також пізнає закономірності обміну інформацією, знаннями в процесі формування та розвитку економічної системи. З другого боку, комунікаційний менеджмент розглядається як самостійна професійна діяльність виробника, посередника та споживача (суб'єктів та об'єктів економічної системи) по реалізації комунікаційної стратегії, сформованої відповідно до мотивів, інтересів і конкретних цілей кожного [4, 6].

Сьогодні без існування комунікацій навряд чи можливе самого підприємства. Це пояснюється тим, що комунікації не лише забезпечують необхідний рівень взаємодії із зовнішнім середовищем, але й характеризують стан внутрішнього середовища організації і створюють її неформальну структуру.

Комунікаційне середовище підприємства підтримується його інформаційною інфраструктурою, яка є системою організаційних структур, що забезпечують функціонування та розвиток інформаційного середовища та засобів інформаційної взаємодії.

Під поняттям «комунікаційний менеджмент» розуміється професійна діяльність, спрямована на досягнення ефективної комунікації як всередині підприємства, так і між підприємством та його зовнішнім середовищем. Така цілеспрямована діяльність полягає у використанні прийомів, методів, процедур і технологій, які забезпечують ефективну інформаційну та емоційну взаємодію між різними спільнотами та індивідами [2].

Серед специфічних функцій комунікативного менеджменту науковці досить часто називають наступні:

- 1) інтегративну – виступає як засіб об'єднання ділових партнерів і фахівців для комунікативного процесу, генерування ідей;
- 2) інформаційну – ставить за мету передати необхідну для професійної діяльності інформацію, прокоментувати інноваційні відомості;
- 3) контакто-встановлюючу – ставить за мету сформувати у ділових партнерів ціннісні орієнтації і установки, переконати їх у правомірності тих чи інших стратегій взаємодії, зробити їх своїми односторонніми [2].

Сучасний механізм комунікаційного менеджменту можна представити у вигляді сукупності економічних і організаційних форм, структур, методів та інструментів управління, які дозволяють приймати обґрунтовані рішення і здійснювати необхідний вплив на всіх етапах управління комунікаціями в організації.

Можна констатувати, що розроблення і запровадження нових систем менеджменту підприємства стали характерними рисами XXI ст. Адже урізноманітнення системи комунікаційного менеджменту підприємства першочергово зумовлене розширенням можливостей інформаційно-комунікаційної та інтелектуальної складових сучасного менеджменту для забезпечення конкуренції внаслідок глобалізації, що можна підтвердити впливом таких чинників:

- активізація інноваційних процесів у галузях виробничо-ринкової діяльності;
- актуалізація використання творчої ініціативи працівників підприємств;
- видозміни інформаційно-управлінських процесів;

- впровадження електронного інтелекту в процеси прийняття управлінських рішень;
- переведення трудових ресурсів з матеріального виробництва в інформаційну сферу [1, с. 29].

В сфері управління підприємствами знаходять своє застосування такі послуги галузі інформаційно-комунікаційних технологій, як IT-аутсорсинг, розробка програмного забезпечення (ПЗ), системи інтеграції. Водночас, тенденції науково-технічних розробок, а також новий етап економічних перетворень в Україні вимагають від вітчизняного бізнесу ефективного функціонування та розвитку, серед основних завдань якого – формування ефективної системи управління на підприємстві на основі запровадження інформаційно-комунікаційних технологій.

Запровадження інформаційно-комунікаційних технологій в управлінні підприємством забезпечить прискорення обробки інформації, скорочення управлінського персоналу, забезпечення якісною інформацією керівництва, дозволяє своєчасно та якісно здійснювати діагностику господарської діяльності, підвищує швидкість прийняття управлінських рішень [3, с. 129].

Комунікаційний менеджмент на підприємстві виступає як модель через яку здійснюються зв'язки внутрішнього та зовнішнього середовища. Роль комунікаційного менеджменту, насамперед, полягає в тому що здійснюється інформаційне забезпечення всіх видів менеджменту, оскільки важливим ресурсом на підприємстві виступає інформація, а основною технологією – комунікація, без якої процес управління буде неможливим.

Практично всі підприємства та організації України знаходяться у важкому економічному становищі. Але, якщо мати на увазі неминучість процесу оздоровлення вітчизняної економіки взагалі, розвиток оптового ринку і майбутню конкуренцію виробників, необхідно вже зараз, одночасно з проведенням технічного переоснащення, розпочинати роботи по впровадженню комунікаційних систем управління економічно-господарською діяльністю. На Україні ще збереглися цілі наукові школи з кваліфікованими спеціалістами, які, нехай і на імпортній техніці, але можуть розробляти і впроваджувати комунікаційні системи менеджменту високого класу. Згадати про це слід також і з економічних міркувань: не кожне підприємство може дозволити викласти чималу суму за встановлювану систему західної фірми, вартість якої складає сотні тисяч доларів [5, с. 172].

Висновки. Обґрунтовано оцінку трактування поняття «комунікаційний менеджмент» та визначено, що в умовах сьогодення комунікації є важливою складовою функціонування будь-якого підприємства і їхній низький рівень ефективності значною мірою зумовлює погіршення показників фінансового стану. Будь-які взаємовідносини між працівниками на різних рівнях управління базуються на комунікаціях, які також формують відповідний соціально-психологічний клімат в колективі. Комунікаційні процеси пов'язані і з взаємодією суб'єкта господарювання із зовнішнім середовищем, у якому виробляється його репутація й партнерська привабливість. Це не лише свідчить про позитивний імідж підприємства, а й певним чином проектується на його комерційні пропозиції для ринку. Таким чином, актуалізується необхідність ґрунтовного аналізу не лише управління комунікаціями в підприємствах, а й і всієї комунікаційної системи та працівників, як ключового елементу цієї системи. Основними науковими доробками у цій сфері є розвиток сутності поняття «комунікації», класифікація видів комунікацій, ідентифікування складових елементів комунікаційної системи, економічне оцінювання комунікацій в управлінні підприємствами, діагностування ефективності інформаційних потоків тощо. Водночас, управління комунікаціями в підприємствах розкриває проблему активізування діяльності працівників комунікаційного середовища. Відповідно виникла потреба щодо формування нових підходів до розробки стратегії і тактики управління комунікаціями в підприємствах в умовах широкого використання сучасних цифрових технологій.

Отже, підкреслюючи значущість комунікаційного менеджменту, можна зазначити, що оцінювання комунікаційного середовища в управлінні стало об'єктом підвищеної уваги, що

відображає усвідомлення науковою спільнотою того факту, що сучасне телекомунікаційне підприємство має істотні відмінності за цілями функціонування і методами їхнього досягнення та вимагає принципово інших методів управління комунікаціями в підприємствах. Тобто, управління є одним із видів інтелектуальної праці, що вимагає ретельного спостереження за фактами, фіксування і зберігання інформаційних даних, їх контролю і аналізу та вибору стратегічних перспектив розвитку управління комунікаціями в підприємствах.

REFERENCES

1. Бернет Дж., Моріарті С. Маркетингові комунікації. Пітер, 2001. 124 с.
2. Васильченко М.І., Гришко В.В. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 208 с.
3. Гудзь О.Є. Модернізація інформаційного забезпечення корпоративного управління на основі сучасних цифрових технологій. *Економіка. Менеджмент. Бізнес.* №3 (25), 2018. С. 4-12.
4. Николаева Ж.В. Основы теории коммуникации: учебно-методическое пособие. Улан-Удэ: ВСГТУ, 2004. 274с.
5. Партико З.В. Теорія масової інформації та комунікації. Львів: ПАІС, 2008. 290 с.
6. Туріянська М.М. Комунікації в системі управління знаннями. *Вісник економічної науки України.* 2011. №2. С.194-196.

Список використаної літератури

1. Burnett J., Moriarty S. (2001). Marketynhovi komunikatsiyi. [Marketing Communications]. Peter.
2. Vasilchenko M.I., Grishko V.V. (2018). Komunikatyvnyy menedzhment: navchal'nyy posibnyk. [Communicative management: a textbook]. Poltava: PoltNTU.
3. Hudz O.E. (2018). Modernizatsiya informatsiynoho zabezpechennya korporatyvnoho upravlinnya na osnovi suchasnykh tsyfrovyykh tekhnolohiy. [Modernization of corporate governance information support on the basis of modern digital technologies]. *Economy. Management. Business*, (3 (25)), 4-12.
4. Nikolaeva Zh.V. (2004). Osnovy teorii kommunikatsii: uchebno-metodicheskoye posobiye. [Fundamentals of the theory of communication: teaching aid]. Ulan-Ude: VSGTU.
5. Partiko Z.V. (2008). Teoriya masovoyi informatsiyi ta komunikatsiyi. [Theory of mass information and communication]. Lviv: PAIS.
6. Turianskaya M.M. (2011). Komunikatsiyi v systemi upravlinnya znannyamy. [Communications in the knowledge management system]. *Bulletin of Economic Science of Ukraine*, (2), 194-196.

МАКОВЕЦКАЯ ИРИНА НИКОЛАЕВНА, ЮГОВ ВЛАДИСЛАВ ЮРЬЕВИЧ. КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРЕДПРИЯТИИ. В статье раскрыты теоретические основы коммуникационного менеджмента, где коммуникация является важнейшим элементом системы управления знаниями и связующим звеном в структуре предприятия. Описаны факторы разнообразия системы коммуникационного менеджмента предприятия. Акцентировано внимание на коммуникационной среде предприятия, где новейшие информационные технологии уже выдвинули новые требования к устройству системы управления коммуникациями в предприятиях.

Ключевые слова: коммуникационный менеджмент, коммуникации, управление, коммуникационная среда, предприятие.

MAKOVETSKAYA IRINA, YUGOV VLADISLAV. COMMUNICATION MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE. *The article reveals the theoretical foundations of communication management, where communication is the most important element of the knowledge management system and the connecting link in the structure of enterprise. The factors of diversification of the communication management system of the enterprise are described. Emphasis is placed on the communication environment of the enterprise, where the latest information technologies have already put forward new requirements for the structure of the communication management system in enterprises.*

Key words: *communication management, communications, management, communication environment, enterprise.*