

Якубенко І. М., аспірант,
Державний університет
телекомунікацій

КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОРИВ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

У статті розглянуто сучасний комунікаційний прорив в управлінні підприємством під впливом світової інформатизації. Визначено вплив сучасних комунікаційних засобів на підприємстві та їх роль в формуванні нового інтенсивно-розвинутого суспільства. Описано значимість комунікацій у професійній діяльності підприємства. Конкретизовано комунікаційний ривок інформаційних технологій та проблеми, які виникають в управлінні комунікаціями на підприємстві. Це пов'язано з тим, що комунікація впливає на всі без винятку сфери управління, а особливо це стосується специфіки поширення комунікаційних процесів на підприємстві.

Ключові слова: комунікація, інформація, управління, підприємство, інформаційне суспільство.

Постановка проблеми. Ще ніколи так стрімко не розвивалися інформаційні технології та управлінські комунікації, які забезпечують зв'язок між працівниками різних сфер діяльності, що знаходяться у різних куточках землі, як за останні пару десятків років. Практичність та новітні передові розробки управління комунікаціями в підприємствах кардинально змінюють нашу буденність на краще. Ми чудово можемо пригадати, що як тільки з'явилися перші потужні персональні комп'ютери в побуті, то це було лише початком прогресивних змін в сфері ІТ-технологій та новітніх ідей в управлінських рішеннях завдяки правильно налагодженим комунікаційним зв'язкам.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Комунікація є досить актуальним з точки зору перспектив на майбутнє для підприємства. Поняття «комунікація» в підприємствах широко розкривається в роботах різних науковців, таких як М. Кастельс, К. Шеннон, С. Бейкер, Ф. Котлер, Ч. Пірс, Дж. Бернет, Р. Ліпсі, О. Гудзь, О. Виноградова, П. Стецюк, В. Ільганаєва, Л. Попова, А. Федорчук та інших, що розглядали взаємопов'язані підходи, розвиток та функціональну взаємодію накопичення та передачі комунікацій для перспектив комунікаційного прориву в управлінні підприємством. Проте, як показує практика, сучасні комунікаційні реалії ускладнили раніше існуючі моделі з переходом до більш інтенсивних інформаційно-комунікаційних та потребують більш детальнішого розгляду цієї важливої постановки в наш час.

Мета статті. Полягає у визначенні сучасного комунікаційного прориву в управлінні підприємством під впливом світової інформатизації, виявленні проблем та можливостей сучасних комунікаційних засобів на підприємстві, використанні інформаційно-комунікаційних технологій, що розкривають комунікаційний ривок інформаційного суспільства.

Виклад основного матеріалу. Як відзначають більшість дослідників [2; 6] нині глобальні інформаційні комунікації все більше проникають в середовище підприємства та буденне життя кожного працівника. Сучасний підприємець підпадає під вплив інформаційно-психологічних умов роботи, які відчуються впродовж всього його життя у всіляких обставинах та ситуаціях в управлінні комунікаціями підприємства.

В ХХІ столітті, а особливо в епоху інформатизації, головною роллю комунікацій в управлінні підприємством виступають ефективні методи управління розвитком підприємства. Однією з важливих функцій менеджменту є налагодження ефективних

комунікацій, так як саме з їх допомогою досягається єдність підприємства при досягненні правильно поставлених цілей та взаєморозуміння з партнерами.

На думку вченого Р. Ліпсі, який вивчає взаємозв'язок між технологічними змінами та економічним розвитком на основі цих інформаційних впровадження окреслюється така картина, що якщо не ефективно використовувати комунікації на підприємстві це матиме такий вплив в державі, а саме:

- початковий спад продуктивності і затримка виграшу продуктивності від впровадження нових комунікаційних технологій;
- скорочення штату (оскільки багато старих навичок не будуть більше потрібні);
- технологічне безробіття;
- зростаючі відмінності в розподілі доходів, які мають тимчасовий характер до моменту, коли пропозиція робочої сили наздожене нові вимоги до кваліфікації персоналу;
- значні зміни в регіональній структурі розміщення продуктивних сил, необхідній освіті і кваліфікаціях персоналу, інфраструктурі, нормах і правилах (інтелектуальна власність, антимонопольне законодавство тощо), способі життя [7].

Світова платформа, яка базується на інформаційно-комунікаційній революції полягає у забезпеченні кращого та дешевшого доступу до знань інформації на підприємстві, що прискорює здійснення бізнес-операцій та бізнес-процесів. Це в свою чергу знижує їх вартість та збільшує вигоду для користувачів. Такі переваги для підприємств від цифрового до інформаційно-комунікаційного простору дають змогу більш точно окреслити дії та посилюють для ефективного використання комунікацій в управлінні підприємством.

Нове поняття інформаційне (інформаціональне) суспільство має використовуватися лише для позначення і характеристики групи найрозвинутіших у науково-технологічному та інформаційному відношенні країн світу з комунікаційним відгалуженням від реальності. Проте в такому статусі вони можуть існувати лише на тлі пов'язаних із ними безліччю форм зворотних комунікаційних зв'язків менш розвинутих країн, відрив від яких невпинно зростає завдяки нееквівалентному обміну та перекачуванню фінансів до більш інформаційно-налагоджених підприємств, що базуються у найзаможніших державах, у першу чергу до США. Саме в такому сенсі інформаціональна економіка та відповідний тип суспільства мають розглядатися як глобальні.

У концепціях інформаціонального суспільства підкреслюється визначальна роль комунікацій у соціумі. На думку М. Кастельса, комунікація та обмін інформацією на підприємстві супроводжували розвиток держави протягом усього її періоду. У той же час інформаціональне суспільство будувалося таким чином, що генерування обробки та ефективні комунікаційні потоки стали фундаментальними джерелами продуктивності та влади [3].

За даними досліджень Міжнародного союзу електрозв'язку все більша частина бюджетів комунікацій йде в on-line, що не дивно. Проникнення Інтернету до європейських країн складає в середньому 75%, а в країнах, що розвиваються - 30%. Бізнес, як відомо, слідує за своїми клієнтами. Але існують і перешкоди. Основними перешкодами, які можуть статися на шляху повноцінних комунікацій є:

- відсутність чіткої мети;
- невірний вибір каналу;
- цензура;
- невідповідність між дією і повідомленням;
- невірний вибір мовних засобів;
- неправильне оформлення;
- невміння висловлювати свої думки;
- невідходящий час;
- недооцінка адресата;
- нестача корисної інформації.

Довіра до інформації потрібно пов'язувати з групою «технічних» чинників, які також специфічні для ситуації довіри комунікацій в медійних он-лайн базисах. До «технічних» факторів ми відносимо технічні особливості браузера, навички роботи в Інтернеті, швидкість прийому-передачі даних.

Згідно з теоретичними уявленнями про те, як комунікації на підприємстві пов'язані із загальними соціально-психологічними факторами є багато точок зору. В якості основних в групі загальних соціально-психологічних чинників ми виділяємо довіру до світу та довіру до себе, що становить базову довіру особистості. Поділяючи точку зору Е. Еріксона про походження базової довіри і його обов'язковості для розвитку «здорових комунікацій», а також уявлення Т.П. Скрипкіної про фундаментальності базових комунікацій, ми вважаємо це значущим описом в будь-якій ситуації управління комунікаціями в підприємствах.

Комунікації на підприємстві зумовлюють виникнення нових інформаційних зв'язків, структур та механізмів впливу на розвиток інформаційного суспільства, а відтак до основних факторів ефективності комунікації відносимо:

1. Комунікація більш результативна в випадках, якщо звернення відповідає переконанням і уподобанням одержувача.
2. Ступінь впливу звернення збільшується, якщо адресат зацікавлений в даній темі, має досить повну інформацію про обговорюваному питанні.
3. Імовірність позитивного відгуку одержувача вище, якщо джерело комунікації має більшу монополію.
4. При комунікації необхідно завжди враховувати соціальний контекст, який завжди впливає на сприйняття.
5. Комунікація буде більш ефективною, якщо джерело вважається професійним, відомі його цілі і орієнтація, володіє високим статусом, має повагу у аудиторії.

До особливостей процесу комунікацій в управлінні підприємством можна віднести комунікативні ідеї чи функції, які повинні бути ретельно сформульовані, прийняті і зрозумілі, переведені в засоби подальшого інформування.

В контексті термінологічних трактувань набула широкого поширення ще одна форма передачі інформації – документна комунікація, яка побудована на обміні між двома або більше учасниками комунікаційного процесу. Документ виникає та існує в документно-комунікаційному процесі, тобто в такій комунікації, в якій від одного суб'єкта до іншого передається інформація, яка зафіксована на матеріальному носіїві і передається у просторі та часі.

Сьогодні формується нова інформаційна культура, створюється передові правила комунікаційної поведінки на підприємствах нового типу. Паралельно розвиваються нові комунікаційні технології та з'являється інноваційне програмне забезпечення, ускладнюються мови програмування. У цих умовах зростає потреба у фахівцях, які вміють ефективно впроваджувати та керувати комунікаційними даними, їх зберігати та, особливо, аналізувати. Більш того, сучасні ІТ-фахівці на підприємствах повинні постійно адаптуватися до мінливих стандартів роботи в інформаційному суспільстві.

Головною проблемою в інформаційно-комунікаційній сфері залишається низька схильність підприємств до інновацій, що обмежує зростання продуктивності праці, не створює фундаменту для структурної перебудови економіки, не забезпечує її якісного оновлення [5].

І з цього постає питання, як буде розвиватися комунікації на підприємствах в майбутньому? Після очікуваного інтелектуального комунікаційного прориву в цій галузі повинні з'явитися абсолютно нові напрямки ІТ-технологій. Зараз уже завдяки комунікаційному прориву в управлінні підприємствами впровадженні та діють такі напрямки роботи:

- комп'ютерна лінгвістика і штучний інтелект;
- робототехніка та програмне обладнання для роботів;

- 3D-проекування і друк;
- доповнена і віртуальна реальність;
- хмарні технології;
- «розумні» міста;
- біоінформатика і IT в медицині;
- інформатика в статистиці (data science);
- інтернет речей (концепція обчислювальної мережі фізичних об'єктів («речей»), оснащених вбудованими технологіями для взаємодії один з одним або з зовнішнім середовищем).

Організаційні комунікації пропонується об'єднати в ознаку за характером взаємодії, які виникають поза безпосереднім зв'язком із посадовим становищем і здійснюються відповідно до системи особистих стосунків між працівниками комунікаційного процесу на підприємстві. Канали неформальних комунікацій іноді стають на перешкоді управлінню підприємствами, тому що породжують шуми або чутки, за яких достовірна або викривлена інформація передається набагато швидше. Вони носять і позитивний, і негативний характер, оскільки досить часто відповідають подіям і процесам, які реально відбуваються, негативно можуть вплинути на роботу працівників, знизити їх мотивацію, дезорієнтувати. Щоб звести до мінімуму подібні перешкоди, потрібно розробляти внутрішні стратегії комунікацій через офіційні канали для поширення інформації на підприємстві [4, с. 44].

Дуже важливо звернути увагу на бар'єри, які виникають при комунікаційному обміні інформації на підприємствах. У сфері інформатики інформаційним шумом іменується неможливість пошуку необхідної інформації. Так, накопичення інформації – одна з найцінніших можливостей комп'ютера. Але чим більші обсяги зібраної інформації, тим складніші засоби пошуку необхідної інформації в управлінні підприємством. Можливі помилки при видачі – повнота видачі інформації часто супроводжується фальшивими комунікаційними зв'язками.

Сам по собі план, розроблені комунікаційні стратегії не є достатньою умовою успіху комунікацій на підприємствах. В епоху ХХІ століття до цього списку ще добавляють ефективні комунікації. Комунікацією є взаємодія двох або більше унікальних і складних систем в різних ситуаціях з використанням різних засобів і каналів спілкування. Характеристики, параметри взаємодіючих систем, ситуації обраних засобів в кожному випадку будуть відрізнятися від іншого акта комунікації, тому типологізація видів спілкування може здійснюватися на різних підставах та за різними критеріями [4, с. 40].

Нічого не стоїть на місці, все розвивається. У слід за трендом кастомізації в виробництві (виготовлення продукту під конкретне замовлення клієнта шляхом її комплектації додатковими елементами або приладдям) в комунікаціях розвиваються два взаємодоповнюючих трендаперсоніфікація і кастомізація. Кожне підприємство намагається максимально чітко з деталізацією до окремого адресата визначити свою аудиторію і надсилати повідомлення так, щоб наблизитися до мети з повним зворотнім комунікаційним зв'язком.

І незважаючи на такий значний комунікаційний ривок, його цілком можна назвати колосальним інформаційно-технологічно-комунікаційним проривом, оскільки такий термін мізерно малий, в порівнянні з навіть відомої нам історією людства. Всі існуючі сьогодні способи комунікацій, тим чи іншим чином використовують електрику та електромагнітні хвилі для передачі інформації. Чим більший вплив надають репутаційні фактори на реальний бізнес підприємств, тим вище очікування від фахівців з комунікацій. Традиційні КРІ, побудовані на чисто комунікаційних показниках (охоплення, частота, кількість ключових повідомлень і т.п.), стають показниками другого і навіть третього порядків.

Інформаційно-комунікаційні підприємства не впроваджують новітні науково-технічні розробки для здійснення своєї технологічної модернізації, оскільки існує висока ймовірність несприйняття більш якісних послуг споживачами внаслідок зростання собівартості. Проте

відсутність розвитку та впровадження на підприємствах нових технологій веде до зниження їхньої конкурентоспроможності на світовому ринку [1, с. 914].

Разом з тим в дослідженнях та аналітиці на 2018 рік буде рости попит на оперативну комунікацію та її оцінку: опитування експертів, рівень довіри, реакція на пропозиції. Перш за все, ця тенденція безпосередньо буде пов'язана з антикризовими комунікаціями. Сучасні комунікаційні зв'язки дозволяють регулярно, з високим ступенем точності і одночасно витрачаючи мінімальну кількість ресурсів, отримувати сфокусовані дані окремих комунікаційних інструментів. А значить і більш ефективно, виходячи з цих даних, приймати рішення щодо управління комунікаційними підприємств.

Отже, цілі управлінських комунікацій підприємства формулюються в термінах ефективного комунікативного впливу, який корелюється з клієнтами підприємства: усвідомлення потреби, обізнаність, ставлення, намір.

Висновки. Головним завданням комунікаційного процесу є забезпечення розуміння і правильного використання переданої інформації. З цією метою необхідно уникати шумів, які виникають у процесі обміну інформацією шляхом вдосконалення та регулювання зв'язків.

Становлення глобально-інформаційного суспільства, ієрархічного і якісно-неоднорідного за своєю природою, є світовим, загальноцивілізаційним проривом і має розглядатися в аспекті формування ноосфери як планетарного і, ширше, космічного явища.

По відношенню до операційної практики інтернет-комунікацій, комунікаційний менеджмент підприємства повинен взяти на себе роль методології, що дозволить подивитися на неї з позиції не «як це зробити», а «чому це можливо робити», тобто в контексті всієї діяльності з управління комунікаційними процесами. Саме це знання дозволить формулювати нові робочі завдання як для управлінців, так і для програмістів-розробників, збагачуючи інструментарій комунікаційного управління підприємством.

Більш того, дослідження та аналітика еволюціонують, підкоряючись тим же потребам телекомунікаційного ринку. Вони стають невід'ємною частиною підприємств, знаходячи своє відображення на кожному етапі прийняття оперативних управлінських рішень завдяки налагодженим комунікаціям підприємства. Для вирішення проблеми захисту інформації основними засобами, які використовуються для створення механізмів захисту, прийнято вважати: технічні засоби – реалізуються у вигляді електричних, електромеханічних, електронних пристроїв; програмні засоби – програми, спеціально призначені для виконання функцій, пов'язаних із захистом інформації.

У зв'язку з цим постає питання про математичні моделі, безпосередньо зв'язуючи комунікаційний успіх з економічними показниками підприємства. На даний момент загальноприйнятих методів таких вимірів не існує. Комунікаційна галузь вже не раз намагалася побудувати відповідні математичні моделі, але до сих пір існує очевидна необхідність доповнення вже існуючих інструментів аналізу даних, що використовуються при бізнес-плануванні.

Сучасні засоби комунікації (соціальні мережі, пошукові сервіси і т.д.) дозволяють отримувати точну інформацію про свою цільову аудиторію і ефективно її використовувати в своїх інтересах. Сьогодні фахівці на підприємствах отримують можливість особистого звернення до сотень тисяч потенційних клієнтів, при цьому змінюючи послання з урахуванням індивідуальних особливостей кожного з них.

Для підприємств інформаційної сфери потрібно розуміти який саме процес комунікацій обрати, щоб забезпечити продуктивність в світі, де панують мобільність та хмарні технології. Довгострокова місія ІТ-підприємств полягає в тому, щоб дати можливість кожному користувачеві та кожному підприємству на планеті домагатися більшого. Такі підприємства повинні обладати амбітними цілями для того, щоб створювати нові можливості для вдосконалення комунікаційних бізнес-процесів, спростовувати взаємодію людини з комп'ютером, робити його ще більш індивідуальним і будувати розумну хмарну платформу.

Сьогодні вже є такі сервіси. Наприклад, сервіси підприємства Microsoft допомагають людям стати продуктивніше. Міняється світ інструментів, які використовують люди, і такі підприємства прагнуть створювати технології використовуючи новітні комунікації, які відповідають їхнім потребам і перевагам. Підприємства сфокусувалися на універсальному мобільному призначеному досвіді управління комунікаціями та розробляють додатки для всіх інформаційних платформ на майбутнє. Сьогодні за допомогою хмари будь-який пристрій зможе стати тим самим «потрібним інструментом».

Список використаної літератури

1. Іванченко Н.О. Особливості розвитку інформаційно-комунікаційних технологій у сучасних умовах української економіки / Н.О. Іванченко, В.С.Шарпіта //Економіка і суспільство . – К.: КНУТД . – 2017. – № 10. – С. 911-915.
2. Ільганаєва В.О., Інформація та знання в інформаційно-комунікаційних процесах / В.О. Ільганаєва // Освіта регіону. – 2009. – т2. – С. 149–152.
3. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура.- М.: ГУВШЭ, 2000.- 608 с.
4. Кіреєв О. В. Типологія бізнес-комунікацій інноваційно-активного промислового підприємства / О. В. Кіреєв // Економіка. Менеджмент. Бізнес. - 2014. - № 4. - С. 39-46. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/estebi_2014_4_8
5. Постанова Верховної Ради України про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Реформи галузі інформаційно-комунікаційних технологій та розвиток інформаційного простору України». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1073-19/pag>.
6. Федорчук А.Г. Контент-мониторинг информационных потоков [Электронный ресурс] // Б-ки нац. акад. наук: пробл. функционирования, тенденции развития. – К., 2005. – Вып. 3. – Режим доступа: <http://www.nbuv.gov.ua/articles/2005/05fagmip.html>. – Загол. с экрана.
7. Lipsey R. *Technological Shocks: Past, Present and Future* / R. Lipsey. 2002. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.sfu.ca/~rlipsey/T&G.PDF>.

Якубенко Ирина Николаевна. Коммуникационный прорыв в управлении предприятием. В статье рассмотрено современный коммуникационный прорыв в управлении предприятием под влиянием мировой информатизации. Определено влияние современных коммуникационных средств на предприятия и их роль в формировании нового интенсивно-развитого общества. Описана значимость коммуникаций в профессиональной деятельности предприятия. Конкретизировано коммуникационный рывок информационных технологий и проблем которые возникают в управлении коммуникациями на предприятии. Это связано с тем, что коммуникации влияют на все без исключения сферы управления, особенно это касается специфики распространения коммуникационных процессов на предприятии.

Ключевые слова: коммуникация, информация, управление, предприятие, информационное общество.

Yakubenko Iryna. Communication breakthrough in enterprise management. The article considers the modern communication breakthrough in the management of an enterprise under the influence of world informatization. The influence of modern communication means in the enterprise and their role in the formation of a new intensively developed society is determined. The importance of communications in the professional activity of the enterprise is described. The communication leap of information technologies and the problems that arise in the management of communications in an enterprise are concretized. This is due to the fact that communication influences all spheres of management without exception, especially concerning the specifics of the spread of communication processes in the enterprise.

Keywords: communication, information, management, enterprise, information society.