

Петькун С. М., к. філос. наук, доцент;
Шеремета О. М., к. іст. наук, доц.;
Державний університет
телекомунікацій,
Пенцак П. В.,
Національна академія сухопутних військ
імені гетьмана Петра Сагайдачного

ІНФОРМАЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ФІЛОСОФІЯ БІЗНЕСУ

У статті розглянуто сутність та зміст інформаційних комунікацій, ефективність їх використання в процесі реалізації стратегічних і тактичних цілей управління, їх вплив на діяльність підприємства, а також зроблено спробу дослідити основні чинники, що впливають на виникнення та розвиток інформаційного суспільства.

Ключові слова: інформаційні комунікації, інформатизація, інтернет, вебінар, IT-технології, бізнес.

Постановка проблеми. Сучасне інформаційне суспільство характеризується соціальними та економічними процесами, прискорення й ускладнення яких, призводить до ціннісно-сміслової трансформації й вимагає переосмислення на рівні філософського узагальнення проблем інформатизації й комп'ютеризації суспільства.

Діяльність сучасної особистості пов'язана з формуванням нової культури – інформаційної, сучасна соціокультурна ситуація характеризується насиченістю й різноманіттям динамічних процесів. Суспільні тенденції зумовлюють розширення актуального комунікативного простору, зміну існуючих культурних конфігурацій. Основні тенденції глобалізації найбільш чітко виявляються в інформаційно-комунікаційних процесах, які сьогодні відзначаються неоднозначністю й складністю. Разом з тим, якщо розглядати сучасне суспільство у широкому розумінні, як складну багаторівневу систему, то й економіку інформаційного суспільства доцільно розуміти як інформаційно-комунікаційну систему.

Особливого значення в інформаційному суспільстві набуває інформація, яка завжди залишатиметься важливим чинником успішного функціонування бізнесу. Істотний вплив на суспільну поведінку людини, на розвиток економічної системи, на функціонування практично всіх соціальних інститутів здійснюють нова система цінностей і новітні пізнавальні й практичні пріоритети, зумовлені виникненням нових комунікаційних систем, зміною інформаційного простору сучасного соціуму.

Впродовж останніх років в Україні значно розвинулись ринкові відносини та розширились можливості зовнішньоекономічної діяльності, внаслідок чого змінюються концепції ринкового управління. В першу чергу, філософія бізнесу, спрямована на виявлення потреб споживачів та цільових ринків, які організація може задовольнити найкращим способом виробництва відповідних продуктів. Тому ключовим елементом інформаційної системи сучасного бізнесу потрібно вважати комунікації. Комунікація – це взаємний обмін порозумінням, яке починається з отримувача інформації. Ефективність комунікацій є вирішальною для будь-якого бізнесу, необхідність розв'язання цієї проблеми зумовило вибір теми дослідження [5].

Аналіз основних досліджень та публікацій. Питаннями дослідження системи комунікацій займалися О. Зернецька, А. Колодюк, Г. Почепцов, В. Кравець, М. Руда та інші. Однак, цих працях переважають політологічні та соціологічні підходи.

Мета статті полягає в уточненні сутності особливостей розвитку інформаційних комунікацій в їх сукупності, в умовах активізації глобалізаційних та інтеграційних процесів, зростання відкритості розвитку бізнесу, особливо у напрямі зміцнення здатності протистояти деструктивному впливу зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу. Сучасний етап цивілізаційного поступу людства складний і суперечливий. У його змісті можна виявити ряд нових тенденцій, що взаємодіють одна з одною і прискорюють сам розвиток, вимагаючи постійного пошуку перспективної стратегії його прогресивного руху. Серед цих тенденцій, в якості найбільш значущої, слід виокремити зростаюче домінування науково-інноваційних та технологічних аспектів. Інформаційні комунікації передбачають постійний потік інформації та налаштування зворотного зв'язку. Багато сучасних підприємств та організацій, особливо тих, що займаються міжнародною діяльністю, характеризуються великою кількістю працівників, та відповідно складною структурою управління. Комунікації мають дуже важливе значення для керування та контролювання людськими ресурсами. Велика увага до комунікацій також пояснюється їх значною вартістю, оскільки ефективні комунікації коштують дуже дорого, але комунікації характеризуються не тільки грошовими, але і негрошовими затратами. Окрім великих грошових втрат, невдалі комунікації є причиною негативних емоцій, непорозумінь, помилок і порушення робочого процесу, тривалість і наслідки яких ще важче оцінити і запобігти їм. Але ефективні комунікації мають бути налаштовані не тільки всередині організації. Для успіху та зростання організації необхідним є встановлення комунікацій із зовнішнім середовищем організації [1]. У таких умовах системи цінностей формується соціокультурне підґрунтя існування суспільства і, взаємодіючи з соціально-економічною, політичною та іншими сферами, декларуються модерні тенденції, що чітко вимальовуються на фоні соціальних трансформацій, які виражають основні напрямки формування інформаційної цивілізації. Однією з провідних цінностей не тільки сучасної, але і всієї цивілізаційної історії людства є ІТ-технології. Відтак до мети інформаційних комунікацій слід віднести задоволення певних інтересів організації. Одним із засобів забезпечення останніх є інтернет-мережа. У міжнародній діяльності інтернет є щоразу важливішим, використання якого організацією є не тільки бажаним, а навіть обов'язковим. Очевидно, найбільш вагомою причиною використання інтернету у комунікаціях є підвищення їх ефективності, розширення меж, можливість подолання значних відстаней, особливо це стосується зовнішньоекономічної діяльності [3]. Використання інтернет-мережі є значним фактором під час виходу компанії на зовнішній ринок. У міжнародному середовищі тривалий час панує тенденція широкоформатного використання інтернету та можливостей, які він відкриває не тільки великими міжнародними компаніями, але й середніми та малими. Інтернет дає можливість не тільки користуватись електронною поштою та наповнювати веб-сайт, а й застосовувати багато сучасних методів комунікацій. Тому інтерес до вивчення ІТ-технології, особливостей їх функціонування постійно зростає. Зміни які відбулися у розвитку ІТ у кінці ХХ ст. можна назвати революційними, безпрецедентним був їх вплив на розвиток людства у цілому, що знайшло своє виявлення навіть у назві нової ери – інформаційна [6]. Основними характеристиками інформаційної ери виступають сьогодні: орієнтація на знання; динамізм соціальних процесів; уявлення про ефективність особистості як про людину, що володіє інформаційно-комунікаційними технологіями. Період становлення інформаційного суспільства збігся з періодом глобалізації – це швидкий розвиток електронної комерції, електронного документообігу, скоординованість фінансових ринків, розвиток наднаціональних організацій та ін. Радикальний характер означених процесів, що зачіпає першооснови соціальної організації життя людей, не викликає сумнівів. Становлення суспільства на основі інформаційних технологій ознаменувало появу нових соціальних ідей пов'язаних з формуванням нових суспільних ідеалів і культурних цінностей. З іншого боку,

бізнес несе і соціальне значення, поєднуючи громадські потреби й економічну реакцію суспільства, спрямовану на їх задоволення.

У зв'язку з цим звертають увагу на себе роботи американського вченого Е. Тоффлера характеризуючи постіндустріальне інформаційне суспільство, він зазначає, що завтрашній день вимагає не мільйонів поверхово начитаних людей, не лише одержання інформації, а й уміння оперувати нею. Насамперед молоді люди повинні навчитися ревізувати старі ідеї, модернізувати їх, змінювати себе [6].

Сьогодні ж, з побудовою інформаційного суспільства, з бурхливим ростом інформації, з широким запровадженням нових технологій, що перетворюють і зміст трансльованих знань, і методологію їх передачі, можна стверджувати про становлення нової моделі – інформаційно-комунікаційної[3]. Її генеза пов'язана з новим етапом інформаційного/інформаційно-комп'ютерного виробництва, який починається з середини минулого століття (періодизацію доречно починати від часу становлення кібернетики як науки та бурхливого розвитку вчення про інформацію в теорії зв'язку, які заклали початок нового типу цивілізації – інформаційної). Погоджуємося з думкою Ф. Фукуями, що в кінці ХХ – на початку ХХІ століття відбулася «інформаційна революція», що мала свої специфіку і завдання. По-перше, цей етап пов'язаний з дослідженням сутності та природи інформації; інформація в системі суб'єктно-суб'єктних відносин стає особливою реальністю, специфічним предметом пізнання. По-друге, з 70-х років ХХ століття разом зі зростаючим бурхливим розвитком інформатизації всіх сфер діяльності людини починається процес пояснення «нового» майбутнього людства, пропонуються концепції його сутності у зв'язку з переходом до інформаційного суспільства. А вже на початку третього тисячоліття соціальний світ чітко утвердився в своїй свідомості про необхідність переходу до нового стану – до інформаційного суспільства. Ми ще багато чого повинні зрозуміти, однак із впевненістю можна сказати, що інформаційне суспільство не зможе утвердитися само собою, без цілеспрямованого впливу соціуму [2].

Дійсно людство вступило в нову фазу свого розвитку, початок якої закладено дослідженнями природи інформації. Звернення до поняття «інформація» зумовлене революційними впливами теорії зв'язку і кібернетики на інформаційне виробництво всієї світової спільноти. Сьогодні інформаційно-комп'ютерна революція впевнено крокує всіма континентами планети і вимагає підготовки нової освіченої людини, здатної успішно вирішувати завдання цивілізаційного процесу; вимагає нового підходу до освітньої системи, її якісного реформування. Постійне зростання і розвиток наукового знання, впровадження інноваційних форм ведення бізнесу, вдосконалення способів трансляції інформації, розвиток технічних наук та їх тісний зв'язок з практикою виступають логічними підставами трансформаційних процесів. Саме ці процеси характеризують особливості парадигми нашого часу, як вихідної концептуальної схеми, моделі постановки проблем і їх вирішення, методів дослідження [5]. Мета сучасного бізнесу полягає в тому, щоб зібрати зворотний зв'язок від клієнтів та ринку з поточними подіями. У формі концепцій, прототипів і бета-тестів отримують зворотній зв'язок щодо нових продуктів, щоб перевірити майбутнє прийняття продукту та включити досвід та ідеї в процес розробки до подальшого розвитку. Таким чином економіка відіграє дуже важливу роль та містить широкий спектр завдань, зокрема, всі види діяльності, пов'язані з орієнтацією на клієнта та ринкову орієнтацію, які дозволяють успішно забезпечувати запуск нового продукту або послуги. Застосовують дослідження, визначення та оцінку ринків підприємства й зовнішнього середовища з метою виявлення привабливих можливостей та стратегій управління компанією. Бізнесовий аналіз створює передумови розробки стратегії підприємства, виявляє оцінку, пояснює, моделює та прогнозує процеси та явища товарного ринку, інноваційної, торгово-збутової діяльності підприємств за допомогою статистичних, економетричних та інших методів дослідження. Також оцінка економічної діяльності відіграє важливу роль у бізнесі, вона має позитивний вплив на виробництво та підвищення конкурентоспроможності, допомагає компанії усунути неефективні стратегії та розробити загальний план, який сприяє розвитку бізнесу [7].

Щодо заходів удосконалення економічної діяльності з постановки й досягнення маркетингових цілей, слід дотримуватися основних функцій управління – планування й організації, також використовувати стратегії домінування над витратами, стратегії диференціювання, концентрації, принципи позиціювання, рекламу, оскільки їх ефективна побудова створює успіх всього бізнесу.

Інформаційні комунікації є ключовим фактором організації бізнесу, оскільки його основною метою є максимальне задоволення споживачів, а якщо врахувати концепцію цільового ринку, можна припустити, що з максимальною задоволеністю клієнта, організація досягає максимального прибутку.

Нобелівський лауреат Д. Канеман створив схему, яка демонструє дві системи, що визначають поведінку та рішення споживачів.

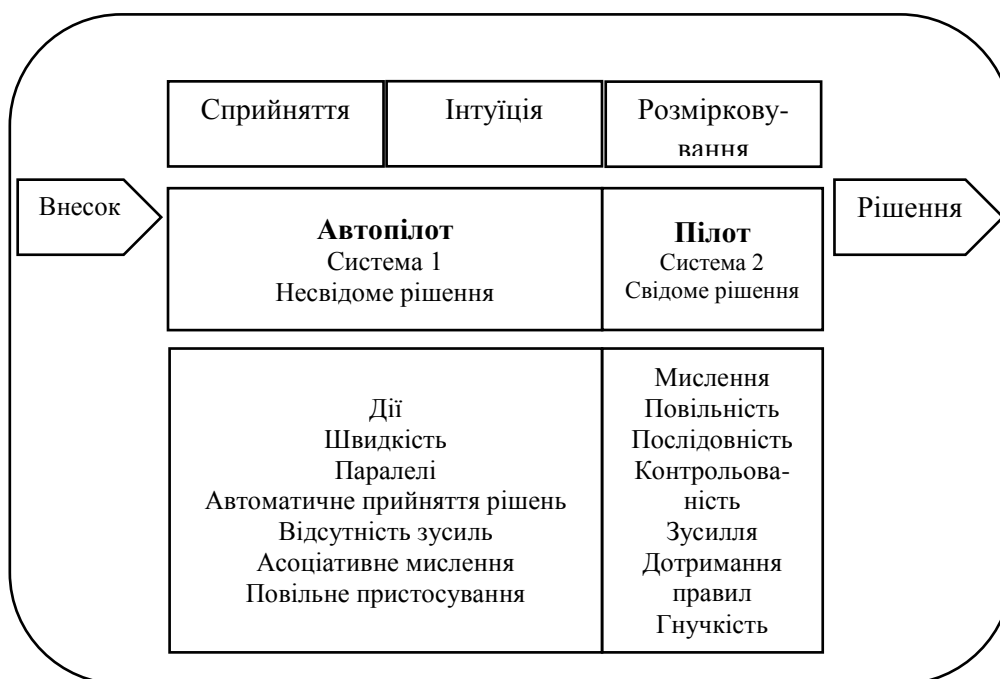


Рис. 1. Схема Д. Канемана

Схема Д. Канемана базується на відмінностях між двома системами ментальних процесів, які визначають рішення і поведінку людей. Ця система слугує для швидких, автоматичних та інтуїтивних дій без обмірковування: за кожним нашим рішенням стоять дві системи їхнього прийняття – неусвідомлена система, що працює на автопілоті, та усвідомлена – система, що виконує функції пілота. Ця схема – підсумок і результат усіх досліджень Д. Канемана у сфері прийняття рішень [8].

Ключові фактори успіху – це ті елементи, які допомагають компанії гарантовано досягти соціально-економічного успіху на ринку. Компаніям потрібно наголошувати на таких конкурентних перевагах, цінностях на яких варто наголошувати, щоб закріпитись у пам'яті споживачів. До ключових факторів успіху входить:

- технологічний прогрес;
- економічний розвиток;
- ефективне використання ресурсів.
- вибір типу комунікацій.

Висновки. Отже, інформаційні-комунікації займають центральне місце в системі інформаційного забезпечення діяльності організації. Для впровадження в організації ефективної системи комунікацій необхідно сформулювати комунікативну стратегію суб'єкта

економічної діяльності, яка водночас буде підпорядковуватись загальній стратегії організації. Комунікативна стратегія суб'єкта економічної діяльності є систематизованим набором послідовних і регулярних комунікацій, який охоплює тактичні та оперативні цілі та завдання, підпорядковані комунікативним та загальним цілям суб'єкта [4]. Для того, щоб оцінити вплив утвердження комунікативної системи всередині організації на його інформаційну систему загалом, слід ідентифікувати особливі фактори, які впливають на неї та забезпечують ефективність інформаційних-комунікацій. Таким чином, можна стверджувати, що інформаційні комунікації у бізнесі– це форма комунікацій у сфері ділових відносин суб'єктів з метою ефективнішої реалізації їх стратегічних та тактичних цілей з використанням провідних ІТ-технологій, що дає змогу повніше реалізувати маркетингові можливості та покращити показники діяльності. Розвиток інформаційних комунікацій сьогодні дозволяє не лише полегшити роботу персоналу та керівництва, а й удосконалити діяльність бізнесу в цілому, сформувати нові можливості, підвищити ефективність роботи окремого працівника та персоналу взагалі. Вплив інформаційних комунікацій присутній на всіх етапах діяльності підприємства – від бізнес-планування до зміни напряму діяльності. Більше того, вони дозволили створювати онлайн-підприємства, які іноді або не присутні в країні, де розташований їх ринок збуту, або взагалі можуть існувати лише в Інтернет-просторі. Можна говорити про те, що вплив інформаційних комунікацій несе як можливості, так і нові ризики, які потрібно оцінювати і враховувати сучасному керівнику.

Список використаної літератури

1. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. Київ: Освіта, 2002. 347с.
2. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва: Реф-бук, 2001. 506 с.
3. Колодюк А. Проблематика переходу до інформаційного суспільства. *Політичний менеджмент*. 2004. № 6 (9). С. 129–137.
4. Кравец В. А. Вопросы формирования информационной культуры URL: http://www.e-joe.ru/sod/00/4_00/ku.html.
5. Руда М. В. Міжнародні бізнес-комунікації в системі інформаційного забезпечення підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2013. № 769. С. 182-189.
6. Тоффлер Е. Третя хвиля. Київ: ВД «Всесвіт», 2000. 480 с.
7. Kotler Ph., K. L. Keller. *Marketing Management 14-th edition*. USA: Pearson, 2011. 816 p.
8. Robbins T. *Awaken*. Tony Robbins. The Giant Within. USA: Free Press, 2007. 548 p.

REFERENCES

1. Zernets'ka O. V. (2002). Hlobal'nyy rozvytok system masovoyi komunikatsiyi i mizhnarodni vidnosyny [Global development of mass communication systems and international relations]. Kyiv: Osvita.
2. Pochepstov H. H. (2001). Teoryya kommunykatsyy [Communication Theory]. Moskva: Refl-buk.
3. Kolodyuk A. (2004). Problematyka perekhodu do informatsiynoho suspil'stva. [The Problem of Transition to the Information Society]. *Politychnyy menedzhment*. № (6 (9)).129–137.
4. Kravets V. A. Voprosy formirovaniya informatsionnoy kul'tury [Issues of information culture formation]. URL: http://www.e-joe.ru/sod/00/4_00/ku.html.
5. Ruda M. V. (2013). Mizhnarodni biznes-komunikatsiyi v systemi informatsiynoho zabezpechennya pidpryyemstva [International business communications in the enterprise information support system]. *Visnyk Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka politekhnikha»*. *Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukrayini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku*. (769). 182-189.

6. Toffler E. (2000). Tretya khvylya [The third wave]. Kyiv: VD «Vsesvit».
7. Kotler Ph., K. L. Keller (2011). Marketing Management. USA: Pearson.
8. Robbins T. Awaken (2007). Tony Robbins. The Giant Within. USA: Free Press.

**ПЕТЬКУН СВЕТЛАНА МИХАЙЛОВНА, ПЕНЦАК ПАВЕЛ
ВАСИЛЬОВИЧ, ШЕРЕМЕТА ОКСАНА МИХАЙЛОВНА. ИНФОРМАЦИОННЫЕ
КОМУНИКАЦИИ КАК ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА.**

В статье рассмотрено сущность и содержание информационно-коммуникационных технологий, эффективность их использования в бизнесе, а также сделана попытка исследовать основные факторы, влияющие на возникновение и развитие информационного общества.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, информатизация, интернет, вебинар, бизнес.

PETKUN SVITLANA, PENTSAK PAVLO, SHEREMETA OKSANA. INFORMATION COMMUNICATION AS A BUSINESS PHILOSOPHY. *The article deals with the essence and content of information communications, the effectiveness of their use in the process of realization of strategic and tactical management goals, their influence on the activity of the enterprise, as well as an attempt to investigate the main factors influencing the emergence and development of the information society.*

Key words. information, communication, informatization, internet, webinar, IT technologies, business.