

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-23>

УДК 248.154 : 141.7 (045)

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОМУНІКАЦІЙ ЯК УМОВИ ДІЄВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

THEORETICAL FUNDAMENTALS OF COMMUNICATIONS AS A CONDITION FOR EFFECTIVE MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

Власюк Єлізавета Олександрівна
аспірант,
Сумський національний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8677-6747>

Vlasiuk Yelizaveta
Sumy National Agrarian University

У статті розглянуто концепцію комунікації як умови дієвого управління підприємством. Доведено, що комунікації відіграють важливу роль в управлінні підприємством. Розглянуто підходи до трактування комунікацій для господарських підприємств та державного сектору економіки. Доведено, що в нормативних документах є конкретно визначено поняття комунікацій для установ та організацій державного сектора та місцевого самоврядування, в яких викладені напрямки державної політики щодо комунікацій в цій сфері. Визначено, що питання теорії комунікації та її класифікації потребують уточнення відповідно до інформаційного і глобального розвитку, управління процесами та міжособистісної взаємодії на підприємствах. В умовах сучасного розвитку економіки доведено першочергову роль електронних комунікацій для пришвидшення обміну інформації та прийнятті управлінських рішень. Доведено, що внутрішні та зовнішні комунікації різняться за способом застосування організація зовнішніх комунікацій, міжособистісних комунікацій та внутрішньо організаційних комунікацій.

Ключові слова: підприємство, комунікації, управління, комунікаційна політика, управління підприємством.

In today's conditions communications play a decisive role in the effective management of the enterprise. Necessity of using communication in management comes from the high level of information and communication complexity of the tasks facing modern business entities. The successful implementation of communication has an impact on the internal and external communication system of the enterprise, optimizing the process of information exchange, reducing the burden on managers and creating conditions for making effective management decisions. The purpose of this article is to analyze the theoretical foundations of communications as an element of effective management, to study the essence of the concept of "communication" from different points of view, which is most consistent with the purpose of the publication; determination of the goals of the intercommunication complex of the enterprise; analysis of their advantages and disadvantages; identify potential barriers to successful implementation. Approaches to the interpretation of communications for economic enterprises and enterprises of public sector of the economy are considered. It has been proven that in the regulatory documents specifically define the definition of communications for institutions and organizations of the public sector and local self-government, which set out the directions of state policy regarding communications in this area. It has been determined that the issues of communication theory and its classification require clarification in accordance with informational and global development, process management and interpersonal interactions in enterprises are still insufficiently studied. In the conditions of modern economic development, the primary role of electronic communications for accelerating the exchange of information and making managerial decisions has been proven. Also it has been proven that internal and external communications differ in the method of application of the organization of external communications, interpersonal communications and internal organizational communications. When writing the article, the method of dialectical knowledge was used, a descriptive method through which categories can be characterized, their impact on management; the method of comparison during conducting research on the category of "communications" and its classification. The practical value of the study lies in the use of the findings by enterprises of the economic sector in their activities.

Keywords: enterprise, communications, management, enterprise management, communication policy.

Постановка проблеми. Комунікації в умовах сьогодення відіграють вирішальну роль в дієвому управлінні підприємством. Необхідність використання комунікації в управлінні виникає з високого рівня інформаційно-комунікаційної складності завдань, що стоять перед сучасними суб'єктами підприємницької діяльності. Успішне здійснення комунікації впливає на внутрішню і зовнішню комунікаційну систему підприємства, оптимізуючи процес обміну інформацією, зменшуючи навантаження на керівників і створюючи умови для прийняття ефективних управлінських рішень. Сучасні вимоги до інформації відрізняються на різних етапах процесу управління. Вони ґрунтуються на обсязі інформації, їх науково-технічній інноваційності, повноті і мають велике значення у постановці цілей управління. При оцінці ситуації керівництву важливо мати інформаційну структуру, яка дозволяє системно підходити до ситуаційного аналізу, враховуючи те що управлінські рішення повинні враховувати такі вимоги: своєчасність, повноту, можливість автоматизованої обробки, тощо. Розвиток ефективної комунікації реалізується через добре організований комунікаційний процес як всередині, так і за межами підприємства. Для досягнення якісного та ефективного управління всі учасники повинні мати рівний доступ до інформаційних ресурсів, вільно та ефективно спілкуватися один з одним, створюючи оптимальні умови для ефективного прийняття рішень, управління конфліктами та командної роботи підприємства [15].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз публікацій показує, що праці багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених стосуються питань комунікації загалом і управлінської діяльності зокрема. Необхідно в цьому напрямку відмітити праці представників таких наукових шкіл менеджменту, як то: Бегерської О. В. [1], Зленко А. М. [4], Кіслова В. [5], Різуна В. В. [12], Туріянської М. М. [15], Яшенкової О. В. [18] та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте питання теорії комунікації та її класифікації потребують уточнення відповідно до інформаційного та глобального розвитку, управління процесами та міжособистісною взаємодією на підприємствах, які ще недостатньо дослідженими.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної статті є аналіз теоретичних основ комунікацій як елемента дієвого управління, дослідження сутності поняття

«комунікація» з різних точок зору, яке найбільше відповідає меті публікації; визначення цілей внутрішньо комунікаційного комплексу підприємства; аналіз їх переваг та недоліків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження теоретичних основ комунікацій показує, що перш за все, необхідно визначити, що означає термін «комунікація». Існує багато тлумачень та думок науковців щодо визначення терміну «комунікація» і вони залежать від підходів які стосуються лінгвістичного, філософського, психологічного, соціального, економічного та інших, які використовуються авторами в наукових працях та поняття комунікацій дещо різняться між підприємствами та органами державного управління та самоврядування.

Проаналізуємо деякі з них. До представників лінгвістичного підходу можна віднести таких як Плотніков М. В. [9] який визначає комунікацію як процес і результат обміну інформацією, Почепцова Г. Г. [10] який визначає комунікацію як передачу інформації між двома автономними системами, тобто двома людьми, Берлесона Б. та Стейнера Г. [10] згідно з яким спілкування є інформацією, ідеями, почуттями тощо, передаючи символи – слова, малюнки, цифри тощо та за допомогою інших способів. Також є думка щодо того що комунікації впливають на побудову демократичного громадянського суспільства [14].

Інша група науковців пояснює поняття комунікацій з точки зору філософського підходу. Так Петрук Н. К. [8] вважає, що спілкування є універсальною реальністю суспільного буття, вираженням здатності соціальної людини до співіснування, що є безперечною умовою життя. Такий науковець як Рева В. Є. є прихильником психологічного підходу [11] він пише що комунікація це багатогранний процес, заснований на спілкуванні, в який вкладається відповідний контент. Цурул О. А. [17] притримується іншої думки та припускає, що спілкування відноситься до процесу двостороннього обміну ідеями та інформацією, що веде до взаєморозуміння.

Соціальний підхід до комунікаційних технологій пропонує Бурцев Т. А. [2] та вважає, що спілкування це взаємодія людей чи організацій а Різун В. В. [12] вказує на те, що спілкування це така ситуація, що визначається соціально-психологічними особливостями людей, які спілкуються з метою встановлення та підтримки відносин з конкретною соціальною групою чи суспільством як цілому.

Загалом процес комунікування на думку Яшенкова О. В. складається з чотирьох основних елементів:

- відправник – особа, яка генерує ідеї або збирає та передає інформацію;
- інформація, закодована символами повідомлення;
- пристрій для передачі інформації про канал;
- одержувач означає особу, якій адресована та інтерпретована інформація [18].

Підсумовуючи можемо поділити комунікації на: когнітивні (cognitive) а саме розширення інформаційної бази співрозмовника; переконливі (convincing) (перевірка певних почуттів у партнера, вироблення цінностей); експресивні (expressive) а саме заохочення співрозмовника до необхідних дій; сугестивний (suggestive) яка характеризує вплив на індивіда з метою зміни його поведінки та ставлення до ситуації та ритуалу (ritual) включає збереження та підтримання традицій організації.

Під час обміну інформацією відправник і одержувач відповідають за складання повідомлення, використовуючи канал зв'язку для його передачі, для того щоб обидві сторони зрозуміли та підтримали висхідну ідею. Воно може відбуватися кількома способами – усно, не вербально та письмово. Відповіддю на виклики часу є поява електронних комунікацій. Кожен з них має свої переваги та недоліки, що обумовлюють їх застосування [3].

Для органів державного управління та самоврядування встановлення комунікації між владою, органами місцевого самоврядування, засобами масової інформації та громадськістю є важливою умовою демократичного розвитку держави та формування громадянського суспільства. Відповідно до Конституції України громадяни мають право брати участь в управлінні державними справами, надсилати індивідуальні чи колективні письмові звернення або особисто звертатися до органів влади та місцевого самоврядування, їх посадових осіб та слуги [6]. Необхідно відмітити, що основи комунікаційної політики в об'єднаних громадах будуються на Концепції проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики» затвердженою розпорядженням Кабінету Міністрів України від 13 січня 2010 р. № 85-р. [7]. Для підприємства яке не відноситься до вище перелічених категорій не розповсюджується дія попередньо згаданих нормативних та законодавчих актів.

Ми вважаємо що на даний момент для підприємств приватного сектору, товариств з обмеженою відповідальністю, акціонерних товариств та інших інформаційна складова займає високий відсоток комунікацій. Класифікація комунікацій відповідно до сфери охоплення представлена на рис. 1.

Ми погоджуємося з думкою Зленко А. М., Ісайкіна О. Д. [4], що швидкий розвиток збору, обробки та використання інформації є стратегічним завданням керівництва та відповідає функціям комунікацій. Його вирішення визначає швидкість винаходу та актуальність прийняття та реалізації управлінських рішень. Тому ми вважаємо, що широке використання інформаційних технологій докорінно впливає на організацію комунікаційних процесів на сучасному підприємстві, що виражається у швидкості отримання та обміну інформацією.

Враховуючи постійні досягнення в інформаційних технологіях необхідно відмітити, що вони можуть серйозно допомогти покращити обмін інформацією всередині організацій. Впровадження в діяльність організації комунікаторів (англ. Communicator, PDA phone) чи гаджетів (англ. Gadget) до яких можна віднести модні пристрої та технічні новинки дозволяє швидко та ефективно передавати інформацію в різних форматах, що веде до скорочення часу для прийняття управлінських рішень.

На сьогодні в управлінні часто використовується внутрішня електронна пошта але часто на перший план виходить використання соціальних мереж таких як Viber, Telegram, WatsAp та інших. З одного боку використання соціальних мереж в комунікаціях є найбільш швидким способом але має і свою недоліки до основного з яких ми відносимо можливість витоку даних підприємства. Тому ми вважаємо що для підприємців є переважним користування електронною поштою яка може бути забезпечена від зовнішнього втручання.

Щодо зовнішнього використання комунікацій необхідно відмітити, що COVID-19 вніс великі зміни в трактування та класифікацію комунікацій. Так за результатами дослідження Фісенко Т. В. для успішного управління підприємством в умовах пандемії COVID-19 необхідно використовувати такі зовнішні комунікаційні стратегії як: агресивний маркетинг, благодійні ініціативи, маркетинг відносин, обличчя компанії в засобах масової інформації [16].

Але в контексті управлінської функції комунікацій існують різні перешкоди для отримання інформації. Тут можуть виявитися обмеження

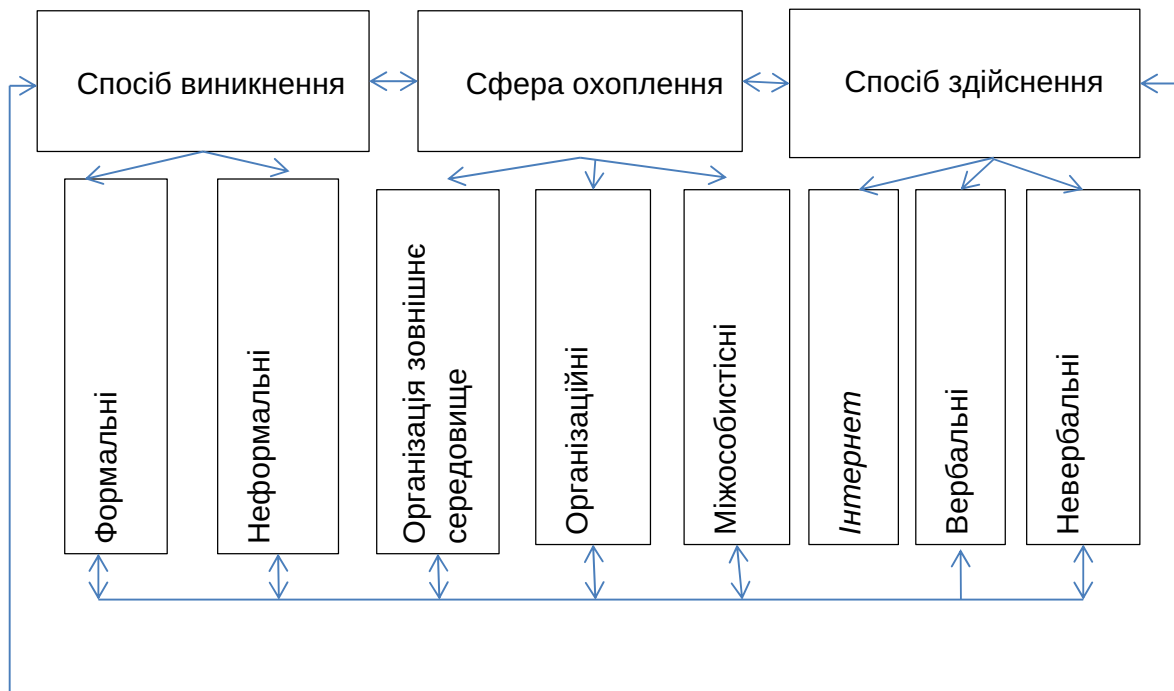


Рис. 1. Класифікація комунікацій відповідно до сфери охоплення

Джерело: опрацьовано автором на основі [1; 5; 13]

пов'язані із зовнішнім середовищем комунікаційного процесу і проявляються в інформаційному перевантаженні. Воно може призвести до знецінення змісту інформації а що стосується контенту ЗМІ це може ввести в оману підприємців та змусити їх до прийнятті хибних управлінських рішень.

Висновки. Виходячи з мети даної статті нами було проаналізовано теоретичні основи поняття комунікацій як елемента дієвого управління та досліджено його сутність з різних точок зору. Ми вважаємо, що питання теорії комунікації та її класифікації є актуальними на сьогоднішній день та потребують додаткових досліджень науковців в цьому напрямку

у зв'язку з тим, що в процесі управління підприємством вони відіграють одну з головних ролей. На нашу думку необхідно до способів здійснення комунікацій додати ще Інтернет тому що він надає додаткові можливості комунікацій на підприємстві. Дослідження внутрішніх та зовнішніх комунікацій показує що вони різняться за способом застосування та організації та поділити їх на зовнішні комунікації, міжособистісні комунікації та внутрішньо організаційні комунікації. Подальші дослідження ми пов'язуємо з сучасними підходами до формування інноваційного організаційно-економічного механізму управління новітніми комунікаціями на підприємстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бегерська О.В. Особливості інтернет-комунікації. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/257026.pdf> (дата звернення: 13.06.2022).
2. Бурцева Т. А. Управление маркетингом. Москва : «Экономистъ», 2005. 271 с.
3. Варенко В. М. Інформаційно-аналітична діяльність. Київ : Університет «Україна», 2013. 416 с.
4. Зленко А. М., Ісайкіна О. Д. Проблеми комунікацій в управлінні організацією. *Економічний вісник університету*. 2016. Випуск № 31/1. С. 56–63.
5. Кіслов В. Термінологія комунікацій: теоретичний дискурс та його практичне використання. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2013. № 3. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=551> (дата звернення: 13.06.2022).
6. Конституція України від 28 червня 1996 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 13.06.2022).

7. Концепція проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики». Розпорядження Кабінету Міністрів України від 13 січня 2010 р. N 85-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85-2010-%D1%80#Text> (дата звернення: 13.06.2022).
8. Петрук Н. К. Організація як суспільний феномен: засади соціально-філософського аналізу. Київ : Центр духовної культури. 2004. № 43. URL: http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_43/Petruk.htm (дата звернення: 13.06.2022).
9. Плотников М. В. Эффективные коммуникации в организации. URL: <https://psycho.ru/library/3134> (дата звернення: 13.06.2022).
10. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации Москва : «Рефл-бук», Киев : «Ваклер» 2001. 656 с.
11. Рева В. Е. Коммуникационный менеджмент. Пенза : Изд. ПГУ, 2003. 161 с.
12. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с. URL: http://filelibsnu.at.ua/navchalno-metod/jurnalistika/Teoriya_mas_com.pdf (дата звернення: 13.06.2022).
13. Романчук С. М. Формальна та неформальна наукова комунікація: соціологічний аспект. URL: <https://pgk.fps.npu.edu.ua/--1/34-2010-11-23-19-02-49> (дата звернення: 13.06.2022).
14. Славкова О. П., Коваленко О.М. Концептуальні засади дослідження комунікативної політики в ОТГ. The III International Science Conference «Interaction of society and science: problems and prospects», October 05 – 08, 2021, London, England. С. 104-107. URL: <https://isg-konf.com>. (дата звернення: 13.06.2022).
15. Туріянська М. М. Комунікації в системі управління знаннями. *Вісник економічної науки України*. 2011. № 2. С. 194–196.
16. Фісенко Т. В. Зміна парадигми кризових комунікацій у період пандемії COVID-19 (на прикладі України). *Обрії друкарства*. 2021. № 1–2 (9–10). С. 106–120.
17. Цуруль О. А. Менеджмент у державних організаціях. Київ : КНЕУ, 2002. 142 с.
18. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації. Київ : ВЦ «Академія», 2010. 312 с.

REFERENCES:

1. Behers'ka O. V. Osoblyvosti internet-komunikatsii [Features of Internet communication]. Available at: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/257026.pdf> (accessed 13 June 2022). [in Ukrainian]
2. Burtseva T. A. (2005) Upravlenye marketynhom [Marketing management]. «Ekonomyst», 271 p. [in Russian].
3. Varenko V. M. (2013) Informatsijno-analitychna diial'nist' [Information and analytical activities]. Kyiv: Univer-sytet «Ukraina», 416 p. [in Ukrainian]
4. Zlenko A. M., Isajkina O. D. (2016) Problemy komunikatsij v upravlinni orhanizatsiieiu [Problems of communications in the management of the organization]. *Ekonomichnyj visnyk universytetu*. № 31/1, pp. 56–63. [in Ukrainian]
5. Kislov V. (2013) Terminolohiia komunikatsij: teoretychnyj dyskurs ta joho praktychne vykorystannia [Terminology of communications: theoretical discourse and its practical use]. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok*. № 3. Available at: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=551> (accessed 13 June 2022). [in Ukrainian].
6. Konstytutsiia Ukrainy vid 28 chervnia 1996 r. [The Constitution of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (accessed 13 June 2022). [in Ukrainian].
7. Kontseptsiiia proektu Zakonu Ukrainy «Pro osnovni zasady derzhavnoi komunikatyvnoi polityky» Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 13 sichnia 2010 r. N 85-r. [The concept of the draft Law of Ukraine "On the basic principles of state communication policy"]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85-2010-%D1%80#Text> (accessed 13 June 2022). [in Ukrainian].
8. Petruk N. K. (2004) Orhanizatsiia iak suspil'nyj fenomen: zasady sotsial'no-filosofs'koho analizu. [Organization as a social phenomenon: the principles of socio-philosophical analysis] Kyiv: Tsentr dukhovnoi kultury. № 43. Available at: http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_43/Petruk.htm (accessed 13 June 2022). [in Ukrainian]
9. Plotnykov M. V. Effektyvnye kommunykatsyy v orhanyzatsyy. [Effective communications in the organization]. Available at: <https://psycho.ru/library/3134> (accessed 13 June 2022). [in Russian].
10. Pochepcov H. H. (2001) Teoriya kommunykatsyy [Communication Theory]. Moscow: «Refl-buk», Kyiv: «Vakler» 656 p. [in Russian]. [in Ukrainian]
11. Reva V. E. (2003) Kommunykatsyonnyj menedzhment [Communication management]. Penza: Yzd. PHU, 161 p. [in Russian].
12. Rizun V. V. (2008) Teoriia masovoi komunikatsii [Theory of mass communication]. Vydavnychij tsentr «Prosvita», 260 p. Available at: http://filelibsnu.at.ua/navchalno-metod/jurnalistika/Teoriya_mas_com.pdf (accessed 13 June 2022). [in Ukrainian]

13. Romanchuk S. M. Formal'na ta neformal'na naukova komunikatsiia: sotsiologichnyj aspekt [Formal and informal scientific communication: sociological aspect]. Available at: <https://pgk.ffi.npu.edu.ua/-/1/34-2010-11-23-19-02-49> (accessed 13 June 2022). [in Ukrainian]
14. Slavkova O. P., Kovalenko O. M. (2021) Kontseptual'ni zasady doslidzhennia komunikatyvnoi polityky v OTH [Conceptual principles of communication policy research in OTG]. *The III International Science Conference «Interaction of society and science: problems and prospects»*, October 05–08, London, England, pp. 104–107. Available at: <https://isg-konf.com>. (accessed 13 June 2022). [in Ukrainian]
15. Turiians'ka M.M. (2011) Komunikatsii v systemi upravlinnia znanniamy [Communications in the knowledge management system]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*. № 2, pp. 194–196. [in Ukrainian]
16. Fisenko, T.V. (2021) Zmina paradyhmy kryzovykh komunikatsij u period pandemii COVID-19 (na prykladi Ukrainy) [Changing the paradigm of crisis communications during the pandemic COVID-19 (on the example of Ukraine)]. *Obrii drukarstva*. № 1–2 (9–10), pp. 106–120. [in Ukrainian]
17. Tsurul' O.A. (2002) Menedzhment u derzhavnykh orhanizatsiakh [Management in government organizations] Kyiv: KNEU, 142 p. [in Ukrainian]
18. Yashenkova O.V. (2010) Osnovy teorii movnoi komunikatsii [Fundamentals of the theory of language communication]. Kyiv: VTS «Akademiiia», 312 p. [in Ukrainian]