

УДК 339.138:004.9

## Сутність комунікацій на промисловому підприємстві

**Безчасний О.У.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри обліку і аудиту  
Державного університету інфраструктури та технологій

Проведено уточнення сутності комунікацій на промисловому підприємстві, визначено їх класифікаційні ознаки, підходи до трактувань, етапи комунікаційного процесу та складові системи комунікацій. Визначення теоретичного підґрунтя слугуватиме базою для уникнення суперечностей в подальшій розробці методів та підходів управління комунікаціями на підприємстві.

**Ключові слова:** комунікації, підприємство, інформація, процес, система.

Безчасный А.У. СУЩНОСТЬ КОММУНИКАЦИЙ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

В статье проведено уточнение сущности коммуникаций на промышленном предприятии, определены их классификационные признаки, подходы к трактовке, этапы коммуникационного процесса и составляющие элементы системы коммуникаций. Определение теоретических основ будет служить базой для предотвращения противоречий в дальнейшей разработке методов и подходов управления коммуникациями на предприятии.

**Ключевые слова:** коммуникации, предприятие, информация, процесс, система.

Bezchasnyi O.U. THE SATISFACTION OF COMMUNICATIONS AT INDUSTRIAL ENTERPRISE

The article clarifies the essence of communications in an industrial enterprise, defines their classification characteristics, approaches to interpretation, stages of the communication process and components of the communication system. The definition of the theoretical framework will serve as a basis for preventing contradictions in the further development of methods and approaches for managing communications in the enterprise.

**Keywords:** communications, enterprise, information, process, system.

**Постановка проблеми.** Динамічність зовнішнього середовища, прискорення бізнес-процесів в сучасному світі вимагає від керівників підприємств миттєвого реагування на виклики ринку та вирішення внутрішніх виробничих проблем. Ефективність підготовки та прийняття управлінських рішень в даному випадку залежить від налагодженості системи комунікацій на підприємстві, безперервності реалізації всіх етапів комунікаційного процесу та донесення інформації з мінімальним рівнем її викривлення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Тематика дослідження комунікацій на підприємстві не є новою, як показав аналіз, питання визначення сутності комунікацій, управління комунікаційним процесом піднімалися в працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених [1-30]. Проте, на даний час визначення поняття «комунікації», їх класифікація та складові системи комунікації залишається невирішеним в силу існування багатоаспектності підходів до їх тлумачення.

Метою даної роботи є визначення теоретичної сутності поняття «комунікації», проведення діалектичного аналізу та встанов-

лення класифікаційних ознак досліджуваного поняття.

**Виклад основного матеріалу.** Діалектичний аналіз поняття «комунікації» показав, що існує безліч визначень досліджуваної категорії. В залежності від підходу, який використовується при тлумаченні поняття «комунікації», воно набуває різного змісту процесів, що характеризують «комунікації».

Так, в роботі [1] автор Плотніков М.В. під комунікаціями пропонує розуміти процес і результат обміну інформацією. Досить лаконічне та уніфіковане визначення, яке може служити підґрунтям для наповнення конкретного сенсу поняття «комунікації» в залежності від сфери його застосування.

Схожої думки дотримується в визначенні поняття «комунікації» Почепцов Г.Г., який в дослідженні [2] під комунікаціями розуміє процес передачі інформації між двома автономними системами, якими є дві людини. Дане визначення відрізняється від попереднього лише окресленням автором суб'єктів між якими відбувається перенос повідомлень.

Спроба розширити поняття «комунікації» до конкретних образних предметів передачі

була в роботі Берлесона Б. та Стейнера Г. [3], де автори під комунікаціями розуміли передачу інформації, ідей, почуттів шляхом використання символів – слів, зображень, цифр і т.п. Дане визначення є обмеженим в силу ігнорування авторами важливого елемента комунікації – відправника та отримувача інформації, без якого самі по собі комунікації лишені матеріального відтворення.

Поняття «комунікації» було досліджено і з точки зору філософії, де за одним визначенням під комунікаціями пропонують розуміти категорію ідеалістичної філософії, що позначає спілкування, за допомогою якого «Я» знаходить себе в іншому [4], а за іншим визначенням комунікації розглядають як смисловий та ідеально-змістовний аспект соціальної взаємодії [5].

Поєднавши філософський та соціальний аспекти, автор Петрук Н.К. в роботі [6] пропонує розглядати комунікації як універсальну реальність соціального існування, вираження здатності суспільної людини до співіснування, яке є незаперечною умовою життя. За даним визначенням виходить, що комунікації можна виражати як здатність, спроможність суб'єкта до пристосування в зовнішньому середовищу. На нашу думку, даний факт можна вважати перевагою в запропонованому визначенні, що може бути використано далі в дослідженні.

Обмежуючи форму комунікацій до спілкування, дав визначення Рева В.Е. в дослідженні [7], де автором запропоновано таке трактування: комунікації – це багатогранний процес, в основі якого лежить спілкування, в яке відправники вклали відповідний зміст. На нашу думку, дане визначення є неповним, з якого незрозуміло яким чином отримувачі інформації, що було закодоване в відправленій комунікації його розшифрують, що є критерієм отримання повідомлення та ін.

Ще більш суперечливим є визначення поняття «комунікації», що представлено в роботі Цуруль О.А. [8], де автор під комунікаціями пропонує розуміти процес двостороннього обміну ідеями та інформацією, який веде до взаємного розуміння. Процес комунікації не завжди веде до взаємного розуміння. З точки зору рефлексивного підходу, в залежності від змісту рефлексивних впливів на об'єкта управління, результат комунікацій буде таким, який вигідний суб'єкту управління та здатності об'єкта управління відбивати рефлексивні атаки.

Трохи ширшого змісту надала поняттю «комунікації» авторка Миколаєва Ж.В. в

роботі [9], де комунікації автором розглядаються як механізм, завдяки якому людські стосунки можуть існувати і розвиватися, тобто будь-які символи розуму, разом із засобами передачі їх у просторі і часі. Перевагою в використанні даного визначення є надання поняттю «комунікації» змісту механізм, що робить його складною системою з безліччю взаємодіючих елементів.

Лише з точки зору психологічного аспекту розглядає поняття «комунікації» автор Беляков О.О. в роботі [10], де під комунікаціями пропонується розуміти вербальні та невербальні стосунки, обмін інформацією, поведіння, порозуміння і його спроба, зв'язки, взаємозалежність тощо. На нашу думку дане визначення не є конкретизованим та переповнено складовими елементами, що формують психологічні моделі поведінки індивідуумів.

Аналогічним за змістом є визначення поняття «комунікації» з точки зору соціального аспекту Бурцевої Т.А. в роботі [11], де авторка під комунікаціями розуміє взаємодію, діяльність людей або тих чи інших організацій один з одним. Дане визначення також є неповним, в якому відсутні суб'єкти, об'єкти процесу комунікацій, засоби їх передачі, отримання та ін.

Більш повне визначення поняття «комунікації» відображено в дослідженні Різуна В.В. [12], де автором розглядаються комунікації як зумовлений ситуацією й соціально-психологічними особливостями комунікаторів процес встановлення і підтримання контактів між членами певної соціальної групи чи суспільства в цілому на основі духовного, професійного або іншого єднання учасників комунікації. В даному визначенні присутні наступні складові елементи досліджуваного поняття:

- умови, що накладаються на зміст повідомлень та засоби їх передачі;
- мета існування та створення комунікацій;
- сфера застосування комунікацій.

Дані елементи можуть бути використані далі в дослідженні разом з попередніми результатами діалектичного аналізу, де визначено переваги поняття «комунікації» в роботах декількох вчених.

З точки зору ідеальності світу, пропонують розуміти поняття «комунікації» автор Мильнер Б.З. в роботі [13], де автором надане таке визначення: комунікації – це, перш за все, спосіб діяльності, який полегшує взаємне пристосування діяльності людей. Це такий обмін, який забезпечує кооперативну взаємо-

допомогу, роблячи можливою координацію дій більшої складності. Дане визначення, як і визначення Цуруль О.А. не враховує рефлексивний аспект, що обмежує його використання, позбавляючи маніпулятивної складової комунікацій.

Сурков С.А. в дослідженні [14] дав наступне визначення поняття «комунікації» – це процес, за допомогою якого керівники розвивають систему надання інформації, передачі відомостей великій кількості людей в середині організації та окремим індивідуумам та інститутам за її межами. В даному визначенні автор розширив сферу застосування комунікацій за межами внутрішнього простору взаємодіючих осіб. Проте суперечливою є думка, що керівники організацій завжди мають мету розвивати систему комунікацій. Також за даним визначенням не зрозуміло за рахунок чого і як відбувається процес комунікацій.

Лаконічним є визначення поняття «комунікації» автора Садекова А.А. в роботі [15], де автор під досліджуванним поняттям пропонує розуміти процеси зв'язку між працівниками, підрозділами, організаціями тощо. Дане визначення ж неповним та недеталізованим. Автор обмежив трактування поняття лише до змісту зв'язок між комунікуючими індивідами та організаційними підрозділами підприємства.

Позбавленим певного алгоритму є визначення поняття «комунікації» в роботі Хміль Ф.І. [16], де автором пропонується наступне трактування: комунікації – це обмін інформацією, у результаті якого керівник отримує інформацію, необхідну для прийняття ефективних рішень, і доводить її до відома співробітників. З даного визначення слідує, що керівник організації лише отримує інформацію, яка має бути доведена до підлеглих. На нашу думку, таке визначення є досить обмеженим, що не враховує багатоаспектність управлінської діяльності, де процес виникнення інформації, її обробки, інтерпретації, реагування за ситуацією, що не завжди створює умови для миттєвої передачі інформації по комунікаційним каналам в первинному вигляді.

Іншої точки зору дотримуються автори Лейхіфф Дж.Л., та Пенроуз Дж.М. в роботі [17], де під комунікаціями розуміють засіб співробітництва, взаємодії, забезпечення досягнення цілей працівників, організації та суспільства через те, що сучасний бізнес являє собою складне виробництво, колективний характер праці, використання значних ресурсів. Дане визначення носить

загальний характер, позбавлене деталізованих елементів, взаємодія яких дозволяла б бачити механізм комунікацій.

З точки зору взаємодії суб'єктів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, пропонує розуміти поняття «комунікації» автор Примаєв Т.О. в дослідженні [18], де автор приводить наступне визначення: комунікації – це інформаційно-психологічні зв'язки між ринковими суб'єктами (споживачами, постачальниками, посередниками і т. д.), які встановлюються для забезпечення їх господарської діяльності з метою підтримання довготривалих взаємовигідних стосунків між ними в процесі створення певних цінностей. В даному визначенні, як і в попередньому відсутні складові елементи комунікацій, засоби їх передачі та інтерпретації результатів комунікацій.

Обмежуючи лише маркетинговою сферою застосування поняття «комунікації», автори Гірченко Т.Д. та Дубовик О.В. в роботі [19] під комунікаціями розуміють ефективне спілкування з фактичними чи потенційними покупцями продукції. Дане визначення є вузько спрямованим, що робить його обмеженим для використання в інших сферах діяльності підприємства.

В роботі [20] авторка Яловега Н.І. робить спробу представити «комунікації» як єдиний взаємодіючий механізм між внутрішнім та зовнішнім середовищем підприємства, а саме: комунікації – це комплекс заходів, спрямований на встановлення двостороннього зв'язку між підприємствами споживчої кооперації та іншими суб'єктами ринку за допомогою відповідних інструментів, для посилення ефективності та впливової діяльності на ринку. Проте, знов не зрозуміло за рахунок саме яких заходів та інструментів відбувається процес комунікацій між зазначеними відправниками та отримувачами інформації.

Наголошує на важливості ролі комунікацій в менеджменті підприємства автори Орел В.М. та Краля В.Г. в дослідженні [21], де під комунікаціями розуміють технологію за рахунок якої здійснюється інформаційне забезпечення всіх видів менеджменту, оскільки важливим ресурсом виступає інформація, а основною технологією – комунікація, без якої процес управління стає неможливим. В даному визначенні поняття «комунікації» не є самостійним, а виступає складовою частиною більш ширшого поняття «комунікаційний менеджмент».

За визначенням Босак А.О. комунікації – це обмін інформацією між елементами системи

управління (працівниками та підрозділами різних рівнів) та з зовнішнім середовищем (за окремими групами впливу), забезпечений необхідною технічною інфраструктурою, який здійснює управлінський та соціальний вплив [23].

З точки зору маркетингу, Войнаренко С.М. в дослідженні [22] під комунікаціями розуміє процес, який складається таким чином:

- відправник (підприємство) кодує послання у форму, прийнятну для передачі (рекламний ролик), та передає його через засіб поширення інформації (телебачення або радіомовлення);

- одержувач (споживач) отримує закодоване послання (дивиться або слухає ролик) та декодує його (отримує корисну інформацію);

- на кожному з етапів можливий вплив сторонніх перешкод, які не дають можливості отримати достовірну інформацію [22].

За даним визначенням простежується певний алгоритм, що пояснює сутність комунікацій через взаємодію таких складових елементів:

- відправник інформації;
- зміст та форма інформації, що готується до передачі;
- засіб поширення інформації;
- одержувач інформації;
- інтерпретація інформації одержувачем;
- наявність сторонніх перешкод, обурень, спотворень інформації в процесі її передачі.

Таким чином, на основі проведеного діалектичного аналізу поняття «комунікації» з точки зору філософського, лінгвістичного, соціального, управлінського, економічного та маркетингового підходів, визначивши переваги та обмеження в існуючих визначеннях поняття «комунікації» в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених, на нашу думку, під комунікаціями на підприємстві слід розуміти обмін інформації між керівниками та працівниками в внутрішньому та зовнішньому середовищі за рахунок взаємодії елементів комунікаційного процесу:

- джерела виникнення інформації;
- повідомлення;
- канал прямого та зворотного зв'язку;
- комунікаційні перешкоди;
- отримувач інформації.

Далі розглянемо кожний елемент комунікаційного процесу окремо (доповнено на основі [24]).

Під джерелами виникнення інформації розуміється творець ідеї (комунікант), повідо-

влення, інформації, завданням якого є вибір каналу, засобів зв'язку і форми комунікації.

Під повідомленням розуміється інформація, яку передає джерело одержувачу, завданням даного елементу є вибір форми комунікації, кодування інформації.

Під каналом прямого та зворотного зв'язку розуміється засіб, за допомогою якого повідомлення передається від джерела до одержувача і назад. Завданням даного складового елементу є технічне забезпечення передачі неспотвореної (якісної) інформації.

Під комунікаційними перешкодами розуміється дія керованих та некерованих факторів, що впливають на рівень якості передачі інформації, її зміст та форму.

Під отримувачем інформації розуміється комунікант, заради якого функціонує комунікація. Завданням комуніканта є декодування інформації. Вибір каналу, засобів зв'язку і форми відповідної інформації [24].

Проте, як оказав аналіз наукових робіт, процес комунікацій може бути значно ширший. Так, наприклад в роботі Тертичко Т.В. [25], комунікаційний процес на підприємстві може бути виражений через такі складові елементи:

1. Система надання інформації.
2. Зв'язок між керівництвом та підрозділами.
3. Засіб співробітництва між працівниками.
4. Інструмент мотивації працівників.
5. Засіб забезпечення досягнення цілей підприємства та співробітників.
6. Спілкування підприємства із споживачами продукції.
7. Засіб зв'язку між суб'єктами на ринку.
8. Спосіб доведення управлінських рішень до співробітників [25].

В кожному окремо взятому з перелічених елементів відбувається передача інформації, яка за дослідженнями Панасюк В.М. та Лук'янець Т.І. [26; 27] проходить такі етапи:

- поява певної ідеї, концепції майбутнього повідомлення та її уточнення відправником повідомлення;
- набуття повідомленням інформаційних характеристик;
- формалізація повідомлення;
- кодування повідомлення;
- визначення каналу передачі повідомлення;
- передавання повідомлення відправником;
- перевірка проходження повідомлення;
- декодування повідомлення;

- імплементація повідомлення;
- здійснення відповідних управлінських рішень [26; 27].

На нашу думку, запропонований поетапний комунікаційний процес Панасюк В.М. та Лук'янець Т.І. надлишково перевантажений дрібними етапами, які можуть бути включені в декілька основних, що було зроблено нами вище.

На кожному з етапів комунікаційного процесу можуть виникати різного роду шуми, бар'єри, що чинять опір в процесі передачі повідомлення, інформації, тощо та впливають на якість комунікації в цілому. Такі комунікаційні бар'єри прийнято ділити на внутрішні та зовнішні. До зовнішніх комунікаційних бар'єрів відносяться наступні:

1. Ментальність суспільства.
2. Рівень демократії.
3. Соціально культурні традиції.
4. Політичний вектор розвитку.
5. Рівень доходу громадян в країні.
6. Задоволеність життям громадян в країні.
7. Стан ринку праці в країні (складено та доповнено на основі [25]).

До внутрішніх комунікаційних бар'єрів відносяться наступні:

1. Відсутність технічного забезпечення комунікаційного процесу, передачі інформації.
2. Інтелектуальний рівень працівників та керівників на підприємстві.
3. Емоційний стан працівників на підприємстві.
4. Мультикультурність робітничого середовища.
5. Поведінкові характеристики працівників та керівників підприємства, їх професійний досвід.
6. Стан корпоративної культури на підприємстві.
7. Існування системи мотивації працівників на підприємстві.
8. Налагодженість протікання бізнес-процесів.

8. Наявність управлінських інструментів відстеження передачі інформації в первинному вигляді (складено та доповнено на основі [25]).

Для побудови ефективної системи комунікацій на підприємстві за визначенням [28] рекомендовано використовувати наступні принципи:

1. Системності – передбачає організування системи комунікацій як комплекс взаємозв'язаних елементів, що утворюють систему й її подальшу консолідацію із системами вищого порядку.

2. Стандартизації – передбачає упорядкування та регламентацію організування системи комунікацій підприємства.

3. Планування – базується на планах здійснення загальної комунікаційної політики.

4. Вимірювання та оцінок – функціонування системи комунікацій, її організування та стан повинні постійно вимірюватися та оцінюватися.

5. Забоб'язаності й політики – полягає в обов'язковому формуванні та здійсненні підприємством власної комунікаційної політики.

6. Комплексної автоматизації – передбачає автоматизування таких процесів:

- збору та обробки інформації із внутрішніх та зовнішніх джерел;
- оцінювання ефективності діяльності комунікаційної системи підприємства.

7. Спеціалізації – використання інструментів комунікації спеціалізованими інформаційними системами.

8. Доступності – система комунікацій підприємства повинна бути організована таким чином, щоб всі задіяні у процесі комунікацій особи мали вільний доступ до інформації.

9. Розвитку та удосконаленню – передбачає постійне удосконалення системи комунікацій та відстеження рівнів найбільш ефективно працюючих підсистем та підрозділів; впровадження нових технологій.

10. Неперервності – раціональне організування процесів функціонування системи комунікацій.

11. Прозорості – здатності надавати достовірну, неспотворену інформацію.

12. Своєчасності – система комунікацій на підприємстві має бути побудована таким чином, щоб її дія з переробки та переносу інформації відповідала встановленим термінам (складено та доповнено на основі [28]).

За класифікаційними ознаками комунікації на підприємстві діляться на наступні (складено та доповнено на основі [29]):

1. За джерелом виникнення (по відношенню до підприємства):

- внутрішні (виникли у внутрішньому середовищі підприємства: виробництво, адміністративний департамент тощо);

- зовні (виникли за межами підприємства: постачальники, державні органи влади, споживачі, конкуренти та ін.);

- комбіновані (виникли спільно між суб'єктами підприємства та зовнішніми суб'єктами).

2. За рівнем управління:

- між робочими місцями;

- всередині підрозділів;
  - між підрозділами;
  - між службами;
  - всередині служб;
  - між відділами;
  - всередині відділів.
3. За формою представлення:
- документарна;
  - не документарна;
  - електронна;
  - усна;
  - комбінована.
4. За формою призначення:
- для використання в середовищі підприємства (для внутрішнього користування з метою реалізації управлінських впливів та підтримання робочого середовища);
  - для використання за межами підприємства (для зовнішнього користування між учасниками ринку та елементами економічної системи підприємства);
  - змішані (для використання в внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства);
  - для транзиту.
5. За формою виникнення:
- індивідуальна (один автор);
  - колективна (колектив авторів);
  - стороння (залучена).
6. За призначенням:
- індивідуальні;
  - групові;
  - змішані;
  - залучені.
7. За можливістю використання:
- конфіденційні;
  - з обмеженим доступом;
  - відкриті;
  - відкриті за обмеженим часом використання.
8. За цінністю:
- цінні;
  - актуальні;
  - неактуальні;
  - частково актуальні.
9. За порядком виникнення:
- планові (очікувані);
  - випадкові.
10. За терміном користування:
- довгострокові;
  - середньострокові;
  - короткострокові;
  - термінові;
  - миттєві.
11. За ієрархією:
- вертикальні (від керівника до підлеглого);

- горизонтальні (між підлеглими).
12. За ефективністю передачі:
- зрозумілі реципієнтом повідомлення;
  - незрозумілі реципієнтом повідомлення;
  - частково зрозумілі реципієнтом повідомлення.

13. За якістю передачі:
- спотворені;
  - частково спотворені;
  - неспотворені (первинні);
  - доповнені іншими учасниками комунікаційного процесу на всіх етапах його реалізації.

14. За засобом передачі:
- з використанням високотехнологічного обладнання;
  - з використанням стандартного інформаційного забезпечення та програм зв'язку;
  - з використанням особових приладів працівників (складено та доповнено на основі [29]).

Складові елементи комунікаційного процесу створюють відповідну систему комунікацій на підприємстві. На типовому вітчизняному промисловому підприємстві існують служби, підрозділи, відділи, групи та інші організаційні одиниці. Для того щоб підприємство функціонувало як єдиний механізм між даними організаційними одиницями мають бути встановлені комунікаційні процеси. Дана задача є центральною в системі комунікацій.

Система комунікацій – це сукупність взаємопов'язаних елементів, які забезпечують обмін інформацією всередині підприємства та з зовнішнім середовищем і утворюють:

- технічну підсистему;
- інформаційну підсистему;
- соціальну підсистему;
- виробничу підсистему;
- управлінську підсистему [23].

Представлені підсистеми взаємодіють через вхідні та вихідні інформаційні потоки, інтенсивність яких може бути з абсолютно різною амплітудою. В центрі системи комунікацій є виробнича підсистема, від функціонування якої залежить стан інших складових підсистем. В розрізі даних підсистем стає можливим оцінити ступінь ефективності функціонування системи комунікацій на підприємстві.

Так, управлінська складова система комунікацій на підприємстві може бути оцінена за такими параметрами:

- чіткість планування та встановлення пріоритетних завдань;
- відповідність системи стимулювання потребам комунікацій;

- якість контролю передачі інформації через всі етапи комунікаційного процесу;
- швидкість реакції на збої в системі (регулювання), виявлення та усунення дисбалансів в комунікаційному процесі;
- рівномірність розподілу завдань;
- швидкість реакції на інформаційні перевантаження;
- жорсткість ієрархії;
- ступінь відокремлення доступу до інформації серед керівників та підлеглих.

Соціальна складова системи комунікацій на підприємстві може бути оцінена в розрізі таких елементів:

- кількість працівників з вищою освітою;
- кількість працівників, стаж яких перевищує 5 років на даному підприємстві;
- результати атестації;
- кількість працівників, що пройшли підвищення кваліфікації;
- кількість працівників, знання ПК яких можна оцінити задовільним;
- кількість працівників, що володіють мовами програмування, пакетів прикладних програм, операційних систем;
- ступінь адаптивності персоналу, готовність до змін;
- рівень лояльності;
- рівень сприйняття корпоративних цінностей, комунікабельність, відкритість, емоційність, відповідальність.

Технічна складова системи комунікацій на підприємстві може бути оцінена в розрізі таких елементів:

- кількість та моделі комп'ютерів, їх знос, ступінь завантаження, фондівіддача;
- кількість програмного забезпечення, види, вартість, прогресивність, віддача, безпека;
- кількість каналів зв'язку, завантаженість, пропускна здатність, швидкодія, збої, шуми, захист;
- кількість мереж на підприємстві, їх види, ступінь захисту, достатність;
- кількість приладів для проведення теле- та аудіо конференцій, якість зв'язку;
- вартість утримання техніки, програмного забезпечення та каналів зв'язку.

Інформаційна складова системи комунікацій на підприємстві може бути оцінена в розрізі таких елементів:

- швидкість доступу в внутрішньому інформаційному забезпеченні підприємства;
- ступінь використання баз даних внутрішнього інформаційного забезпечення;
- спосіб доступу до баз даних, їх обробка;
- актуалізація баз даних в поточному моменті;
- швидкість і вартість доступу до зовнішнього інформаційного забезпечення;
- достатність інформації та її доступність в зовнішньому інформаційному забезпеченні.

Виробнича складова системи комунікацій на підприємстві може бути оцінена в розрізі таких елементів:

- швидкість надання виробничих показників для вводу їх в інформаційну систему;
- швидкість отримання виробничих показників від підрозділів, цехів, ділянок;
- наявність відповідної технічної документації в яку заносять проміжні виробничі показники;
- рівень якості занесення виробничих показників до інформаційної системи;
- рівень автоматизації на виробництві (складено та доповнено на основі досліджень [30, 31]).

За результатами оцінки кожного окремого елементу управлінської, технічної, виробничої, соціальної та інформаційної складової системи комунікацій на промисловому підприємстві можна отримати інтегральний показник ефективності її функціонування та визначити пріоритетні напрями вдосконалення.

**Висновки із цього дослідження.** Таким чином, проведено уточнення сутності комунікацій на промисловому підприємстві, визначено їх класифікаційні ознаки, підходи до трактувань, етапи комунікаційного процесу та складові системи комунікацій. Визначення теоретичного підґрунтя служитиме базою для уникнення суперечностей в подальшій розробці методів та підходів управління комунікаціями на підприємстві.

## ЛІТЕРАТУРА:

1. Плотников М.В. Эффективные коммуникации в организации [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.elitarium.ru/2008/11/26/kommunikacii\\_organizacija.html](http://www.elitarium.ru/2008/11/26/kommunikacii_organizacija.html)
2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. М.: Рефлбук; К.: «Ваклер», 2001. 656 с.
3. Берлесон Б. Коммуникация – это... [Электронный ресурс] / Б. Берлесон, Г. Стейнер. Режим доступа: <http://www.com-management.narod.ru/>
4. Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. 4-е изд. М.: Политиздат, 1981. 445 с.
5. Філософська енциклопедія [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_new\\_philosophy/605/](http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_new_philosophy/605/)
6. Петрук Н.К. Організація як суспільний феномен: засади соціально-філософського аналізу [Електронний ресурс] / Н.К. Петрук. К.: Центр духовної культури. 2004. № 43. Режим доступу: [http://www.filosof.com.ua/Jornel/M\\_43/Petruk.htm](http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_43/Petruk.htm)
7. Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент: уч.-метод. пособ. / В.Е. Рева. Пенза : Изд. ПГУ, 2003. 161 с.
8. Цуруль О.А. Менеджмент у державних організаціях: навч. посіб. / О.А. Цуруль. К.: КНЕУ, 2002. 142 с.
9. Николаева Ж.В. Основы теории коммуникации: уч.-метод. пособ. / Ж.В. Николаева. Улан-Удэ: ВСГТУ, 2004. 274 с.
10. Беляков О.О. Роль засобів масової комунікації у формуванні екологічної політики [Електронний ресурс] / О.О. Беляков. Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=28>
11. Бурцева Т.А. Управление маркетингом: учеб. пособ. / Т.А. Бурцева, В.С. Сизов, О.А. Цень. М.: «Экономистъ», 2005. 271 с.
12. Різун В.В. Теорія масової комунікації [Електронний ресурс] / В.В. Різун. Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1>
13. Мильнер Б.З. Теория организации / Б.З. Мильнер. М.: Изд-во «Инфа-М», 2003. 480 с.
14. Сурков С.А. Барьеры в маркетинговых коммуникациях [Электронный ресурс] / С.А. Сурков. Режим доступа: <http://grebennikon.ru/article-MzVU.html>
15. Садеков А.А. Механизмы эколого-экономического управления предприятием: монография / А.А. Садеков. Х.: Инжэк, 2004. 150 с.
16. Хміль Ф.І. Менеджмент / Ф.І. Хміль. К. : Вища школа, 1995. 351 с.
17. Лейхиф Дж.М. Бизнес-коммуникации / Дж.М. Лейхиф, Дж.М. Пенроуз. СПб.: Питер, 2001. 688 с.
18. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління ринковою діяльністю підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступ. доктора екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Т.О. Примак. К., 2004. 26 с.
19. Гірченко Т.Д. Маркетинг: навчальний посібник / Т.Д. Гірченко, О.В. Дубовик. К.: «Фірма «ІНКОС», Центр навчальної літератури, 2007. 255 с.
20. Яловега Н.І. Принципи застосування основних комунікаційних інструментів у діяльності підприємств споживчої кооперації [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/19\\_NNM\\_2007/Economics/23199.doc.htm](http://www.rusnauka.com/19_NNM_2007/Economics/23199.doc.htm)
21. Орел В.М., Краля В.Г. Роль комунікацій в управлінні підприємством / В. М. Орел, В. Г. Краля // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. Петра Василенка. 2016. Вип. 174. – С. 60-66.
22. Войнаренко С.М. Комунікативна політика підприємств в сучасних умовах / С.М. Войнаренко // Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 6. Т. 2. С. 51-54
23. Босак А.О. Економічне оцінювання та розвиток комунікацій в управлінні машинобудівними підприємствами: Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (машинобудування та приладобудування). – Національний університет «Львівська політехніка», Львів, 2007. 238 с.
24. Коммуникации в менеджменте. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/kommunikacionnyu-menedzhment.html>
25. Тертичко Т.В. Теорії комунікацій в управлінні промисловими підприємствами: переваги та недоліки / Т.В. Тертичко // БІЗНЕСІНФОРМ № 7. 2013. С. 368-372.
26. Панасюк В.М. Використання інформаційних ресурсів в комунікаційних процесах: суть та напрями / В. М. Панасюк // «Економічні науки». Серія «Облік і фінанси». Випуск 8 (29). Ч. 4. 2011 [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/En\\_oif/2011\\_8\\_4/1.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/En_oif/2011_8_4/1.pdf)
27. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій / Т. І. Лук'янець. К.: КНЕУ, 2000. 377 с.
28. Сагер Л.Ю. Аналіз теоретичних основ внутрішніх комунікацій як необхідної умови ефективного управління підприємством / Л.Ю. Сагер // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 1. С. 128-136.



29. Шпак Н.О. Комунікаційний процес машинобудівного підприємства [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/8146/1/23.pdf>

30. Босак А.О. Складові елементи системи комунікацій підприємства та їх характеристики // Вісник Національного Університету «Львівська політехніка» № 567 «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2006. С. 16-22.

31. Фещур Р.В., Босак А.О. Графічна модель формування системи комунікацій підприємства // Збірник наукових праць Національного університету водного господарства та природокористування «Проблеми раціонального використання соціально-економічного і природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика і інвестиції». Випуск XII № 2. Рівне: НУВГП, 2006. С. 149-158.

#### REFERENCES:

1. Plotnykov M.V. Effektivnue kommunykatsyy v orhanyzatsyy [Effective communication in the organization] [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: [http://www.elitarium.ru/2008/11/26/kommunikacii\\_organizacija.html](http://www.elitarium.ru/2008/11/26/kommunikacii_organizacija.html)
2. Pocheptsov H.H., (2001). Teoriya kommunykatsyy. [Theory of Communication] M.: Reflibuk; K.: "Vakler". 656 p.
3. Berleson B. Kommunykatyia [Communication is.] [Elektronnyi resurs] / B. Berleson, H. Steiner. Rezhym dostupu: <http://www.com-management.narod.ru/>
4. Fylosofskiy slovar [Philosophical dictionary] (1981). / pod red. Y.T. Frolova. M.: Polytyzdat, 445 p.
5. Filosofska entsyklopediia [Philosophical encyclopedia] [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_new\\_philosophy/605/](http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_new_philosophy/605/)
6. Petruk N.K. (2004). Orhanizatsiia yak suspilnyi fenomen: zasady sotsialno-filosofskoho analizu [Organization as a social phenomenon: principles of socio-philosophical analysis] [Elektronnyi resurs] K.: Tsentruk dukhovnoi kultury. № 43. Rezhym dostupu: [http://www.filosof.com.ua/Jornel/M\\_43/Petruk.htm](http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_43/Petruk.htm)
7. Reva V.E. (2003). Kommunykatyionni menedzhment [Communication management]: Yzd. PHU, 161 p.
8. Tsurul O.A. (2002). Menedzhment u derzhavnykh orhanizatsiakh [Management in public organizations: educator. manual]: K.: KNEU, 142 p.
9. Nykolaeva Zh.V. (2004). Osnovu teoryi kommunykatsyy [Fundamentals of the theory of communication: teaching method. way]: Ulan-Udэ: VSHTU, 274 p.
10. Bieliakov O.O. Rol zasobiv masovoi komunikatsii u formuvanni ekolohichnoi polityky [The role of mass communication in shaping environmental policy] [Elektronnyi resurs] Rezhym dostupu: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=28>
11. Burtseva T.A. (2005). Upravlenye marketynhom [Marketing Management]: M.: "Economist", 271 p.
12. Rizun V.V. Teoriia masovoi komunikatsii [The theory of mass communication] [Elektronnyi resurs] Rezhym dostupu: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1>
13. Mylner B.Z. (2003). Teoriya orhanyzatsyy. [ Organization theory] M.: Yzd-vo "Ynfa-M", 480 p.
14. Surkov S.A. Bareru v marketynhovukh kommunykatsiyakh [Barriers to marketing communications] [Elektronnyi resurs] Rezhym dostupu: <http://grebennikon.ru/article-MzVU.html>
15. Sadekov A.A. (2004). Mekhanyzm ekoloho-ekonomycheskoho upravleniya predpriyatym [Mechanisms of ecological and economic management of the enterprise] X.: Ynzhek, 150 p.
16. Khmil F.I. (1995). Menedzhment [ Management] K.: Vyshcha shkola, 351 p.
17. Leikhyf Dzh.M. (2001). Byzness-kommunykatyia [Business Communication] SPb.: Pyter, 688 p.
18. Prymak T.O. (2004). Marketynhovi komunikatsii v systemi upravlinnia rynkovoii diialnistiu pidpriemstva [Marketing communications in the system of management of market activity of the enterprise] (Ph. D Theses)
19. Hirchenko T.D. (2007). Marketynh [Marketing] K.: "Firma "INKOS", Tsentruk navchalnoi literatury, 255 p.
20. Ialoveha N.I. Pryntsypy zastosuvannya osnovnykh komunikatsiinykh instrumentiv u diialnosti pidpriemstv spozhyvchoi kooperatsii [Principles of the use of basic communication tools in the activities of enterprises of consumer co-operation] [Elektronnyi resurs] Rezhym dostupu: [http://www.rusnauka.com/19\\_NNM\\_2007/Economics/23199.doc.htm](http://www.rusnauka.com/19_NNM_2007/Economics/23199.doc.htm)
21. Orel V.M., Kralia V.H. (2006). Rol komunikatsii v upravlinni pidpriemstvom [The role of communications in the management of the enterprise]. Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu silskoho hospodarstva im. Petra Vasylenka. Vyp. 174. P. 60-66.
22. Voinarenko S.M. (2001). Komunikativna polityka pidpriemstv v suchasnykh umovakh [Communicative policy of enterprises in modern conditions]. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. № 6. T. 2. P. 51-54
23. Bosak A.O. (2007). Ekonomichne otsiniuvannya ta rozvytok komunikatsii v upravlinni mashynobudivnyimi pidpriemstvamy [Economic evaluation and development of communications in the management of machine-building enterprises]: (Ph.D. Theses) Natsionalnyi universytet "Lvivska politekhnika", Lviv, 238 p.

24. Kommunyatsyy v menedzhmente [Communications in management]. [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/kommunikacionnyy-menedzhment.html>
25. Tertychko T.V. (2013). Teorii komunikatsii v upravlinni promyslovymy pidpriemstvamy [Theories of Communications in the Management of Industrial Enterprises: Advantages and Disadvantages]: perevahy ta nedoliky. BIZNESINFORM № 7. P. 368-372.
26. Panasiuk V.M. (2011). Vykorystannia informatsiinykh resursiv v komunikatsiinykh protsesakh [Use of information resources in communication processes: the essence and directions] "Ekonomichni nauky". Serii "Oblik i finansy". Vyp. 8 (29). Ch. 4. [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: [http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/En\\_oif/2011\\_8\\_4/1.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/En_oif/2011_8_4/1.pdf)
27. Lukianets T.I. (2000). Marketynhova polityka komunikatsii [Marketing Communication Policy] K.: KNEU, 377 p.
28. Saher L.Iu. (2011). Analiz teoretychnykh osnov vnutrishnykh komunikatsii yak neobkhidnoi umovy efektyvnoho upravlinnia pidpriemstvom [Analysis of theoretical foundations of internal communications as a necessary condition for effective enterprise management]. Marketynh i menedzhment innovatsii, № 1. P. 128-136.
29. Shpak N.O. Komunikatsiinyi protses mashynobudivnoho pidpriemstva [Communication process of the machine-building enterprise] [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/8146/1/23.pdf>
30. Bosak A.O. (2006). Skladovi elementy systemy komunikatsii pidpriemstva ta yikh kharakterystyky [Components of the system of communications of the enterprise and their characteristics] Visnyk Natsionalnoho Universytetu "Lvivska politehnika" № 567 "Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku". Lviv: Natsionalnyi universytet "Lvivska politehnika", p. 16-22.
31. Feshchur R.V., Bosak A.O. (2006). Hrafichna model formuvannia systemy komunikatsii pidpriemstva [Graphic model of the formation of the enterprise communications system] Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoho universytetu vodnoho gospodarstva ta pryrodokorystuvannia "Problemy ratsionalnoho vykorystannia sotsialno-ekonomichnoho i pryrodno-resursnoho potentsialu rehionu: finansova polityka i investytsii". Vypusk KhII № 2. Rivne: NUVHP, p. 149-158.