

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-37>

УДК 658:007

ОРГАНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

ORGANIZATION OF COMMUNICATION ACTIVITIES AT THE ENTERPRISE

Маковецька Ірина Миколаївна
кандидат економічних наук,
Державний університет телекомунікацій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6219-8276>

Makovetska Iryna
State University of Telecommunications

Стаття присвячена виявленню важливості проведення комунікаційної діяльності на підприємстві. З'ясовано, що сучасні інформаційні технології підсилюють важливість комунікацій на підприємстві з їх аналізом та розкриттям інструментів комунікаційної діяльності в умовах інформаційного суспільства. Встановлено, що ефективність комунікаційної діяльності залежить від особистих характеристик працівників з іншими суб'єктами цієї системи, а також від використовуваних цифрових засобів комунікацій. Визначено, що для ефективності управлінських рішень підприємству необхідно мати функціональні складники. Запропоновано ряд порад для ефективної роботи організації комунікаційної діяльності підприємства, де все частіше спостерігається використання на підприємстві новітніх інформаційних технологій, що дають змогу підвищити взаємодію між всіма учасниками комунікаційного процесу.

Ключові слова: організація, комунікація, інформація, інструменти, комунікаційна діяльність, підприємство.

Статья посвящена выявлению важности проведения коммуникационной деятельности на предприятии. Установлено, что современные информационные технологии усиливают важность коммуникаций на предприятии с их анализом и раскрытием инструментов коммуникационной деятельности в условиях информационного общества. Установлено, что эффективность коммуникационной деятельности зависит от личностных характеристик работников с другими субъектами этой системы, а также от используемых цифровых средств коммуникаций. Установлено, что для эффективности управленческих решений предприятию необходимо иметь функциональные составляющие. Предложен ряд советов по эффективной работе организации коммуникационной деятельности предприятия, где всё чаще наблюдается использование на предприятии новейших информационных технологий, позволяющих повысить взаимодействие между всеми участниками коммуникационного процесса.

Ключевые слова: организация, коммуникация, информация, инструменты, коммуникационная деятельность, предприятие.

The article is devoted to identifying the importance of communication activities at the enterprise. It was found that modern information technologies increase the importance of communications in the enterprise with their analysis and disclosure of communication tools in the information society. It should be noted that the communication process is quite complex and multifaceted. The communication environment of the enterprise is described, which is complex and permeable with the available number of elements of direct and indirect action. Inherent factors of the communication environment have a contradictory impact on the company, because modern information data forces to redistribute the work of employees. Knowledge of all types of communications is important for managers and managers of the enterprise to improve the effective exchange of information in the management of the enterprise and the organization of its activities. It is established that the effectiveness of communication activities depends on the personal characteristics of employees with other subjects of this system, as well as on the digital means of communication used. It is determined that for the effectiveness of management decisions the company needs to have functional components. It is motivated that the algorithm of actions of employees and the structure of building an effective communication channel play an important role in the organization of communication activities at the enterprise. It is analyzed that for the organization of communication activities the company must go through several stages, namely: identify its potential customers, established communication or management with departments, clear formulation of communication objectives, choice of means of communication and feedback between all. The clas-

sification of communication tools is suitable for any field of activity of the enterprise, but there are individual needs for which the enterprise operates in the business world. A number of tips for the effective work of the organization of communication activities of the enterprise are offered, where the use of the latest information technologies at the enterprise is increasingly observed, which allows to increase the interaction between all participants in the communication process.

Keywords: organization, communication, information, tools, communication activities, enterprise.

Постановка проблеми. Сучасні підприємства працюють в умовах динамічності. Як правило, апарат управління підприємства згадує про необхідність створення комунікаційних каналів та інструментів комунікацій, тільки в тому випадку коли необхідно ефективно працювати. Сучасні підприємства, незалежно від сфери діяльності, потребують налагодження зв'язків між працівниками, де для створення діючих процесів організації комунікаційною діяльністю необхідно забезпечити ефективне функціонування підприємства в умовах ринкової економіки. Тому актуальною проблемою для підприємств різної форми власності є використання комунікаційних можливостей та реагування на сучасні інформаційні виклики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Комунікації висвітлено та опрацьовано в працях зарубіжних та українських науковців, таких як: Л. Балабанова, Дж. Бернет, В. В. Божкова, О. В. Виноградова, В. Г. Герасимчук, Л. К. Гліненко, О. Є. Гудзь, Ю. А. Дайковський, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, Т. О. Примак, Є. В. Ромат, О. О. Стельмах та інші. Саме ці науковці активно висвітлювали питання, пов'язані з комунікаціями на підприємстві. Сьогодні ця проблема все ще залишається недостатньо дослідженою як у теоретичному, так і в практичному аспектах. Не досить розкриті досліджені питання організації системи комунікацій, комунікаційної діяльності та їх вплив на розвиток підприємства.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, для оцінки та аналізу комунікацій на підприємстві в умовах інформаційного суспільства стає неможливим використання традиційних інструментів організації комунікаційної діяльності. В основному автори не враховують швидку зміну інформаційного середовища та вплив його факторів на розвиток підприємства, які вимагають здійснення комунікаційного забезпечення в апараті управління.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є виявлення важливості проведення на підприємстві комунікаційної діяльності з базисними сучасними інформаційними даними, аналіз та розкриття інструментів комунікаційної діяльності в умовах інформаційного суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний менеджмент вимагає від бізнес комунікації засобів та технологій, що дозволяють виявити, оцінити та вдовольнити потреби клієнта, отримати надійний позитивний зв'язок із клієнтом. Бізнес підприємства мають здійснювати комунікацію зі своїми клієнтами, яка має чітку стратегію, план та комплексні корпоративні стандарти. На сьогоднішній день Інтернет є найбільш повним й оперативним джерелом інформації про світ, найважливішим засобом спілкування і комунікації [4, с. 192].

Організація комунікаційної діяльності розкривається через комунікаційний потенціал підприємства, який поетапно структурується за допомогою класифікації його управлінського інструментарію. Комунікаційний потенціал підприємства представляє собою сукупність засобів інформаційного впливу на працівників та сукупність інструментів, які використовуються при розробці та реалізації інформаційних даних.

Так, науковці Орел В. М. та Краля В. Г. наголошують на важливості ролі комунікацій в управлінні підприємством. Саме в їх дослідженнях [6], 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».

Слід зазначити, що процес комунікацій достатньо складний й багатогранний. Знання всіх видів комунікацій має важливе значення для менеджерів та керівників підприємства для вдосконалення ефективного обміну інформацією в управлінні підприємством та організації його діяльності [7].

One voice – технологія донесення головних повідомлень для досягнення управлінських цілей. На підприємстві технологію one voice застосовують для успішної розбудови комунікаційних проєктів та досягнення поставлених завдань [5, с. 50].

Підприємства, які доволі тривалий час працюють в Україні націлені на те щоб не тільки збільшити кількість своїх потенційних клієнтів, а й і підтримувати ефективну взаємодію з ними. Така підтримка необхідна для розвитку підприємницької діяльності тому, що завдяки правильно налаштованій комунікації відбуватиметься пошук та розширення кадрового складу підприємства, а саме кваліфікованими працівниками які зможуть ефективно працювати. Варто приділити чимало уваги комунікаціям з потенційними працівниками. Для цього необхідно мати в кожному відділі новітні інформаційно-комунікаційні технології та налагоджені комунікаційні канали щоб вдосконалювати передачу та отримання даних на підприємстві.

Ефективність комунікаційної діяльності залежить від особистих характеристик працівників з іншими суб'єктами цієї системи, а також від використовуваних цифрових засобів комунікацій.

Основу ефективності управлінських рішень на підприємстві становлять такі функціональні складники комунікаційної діяльності, як:

1. Інформація. Керівництво підприємства інформує своїх підлеглих і пояснює їм особливості та призначення комунікаційних даних.

2. Переконавання. Особливо актуальне під час формування сприятливого ставлення працівників до підприємства.

3. Створення сприятливого іміджу. Здійснюється за допомогою різних елементів комунікаційної політики на основі системи заходів комунікаційної діяльності.

4. Підкріплення. Основна частина звернення як до клієнтів так і до працівників підприємства з направленням правильного вибору в сфері раціонального використання інформації.

5. Досвід керівників та самого підприємства на ринку – головний складник, який має вирішальне значення для аналізу зворотного зв'язку [3, с. 100].

Комунікаційне середовище підприємства є складним та все проникливим з наявною кількістю елементів прямої та непрямої дії. Притаманні фактори комунікаційного середовища чинять суперечливий вплив на підприємство, адже сучасні інформаційні дані змушують перерозподіляти роботу працівників.

Щодо самої специфіки діяльності підприємства то спостерігається неординарна ситуація між відділами, де потік інформації пролягає по комунікаційному каналу, що вказує на те, що комунікаційна політика може бути ефективною при мінімальних затратах.

Налагодження ефективного комунікаційного процесу дозволить сучасним дієздатним підприємствам автоматизувати процес взаємодії з клієнтами, забезпечити індивідуальне обслуговування в зручний час, ефективно організувати зворотний зв'язок, оперативно отримувати інформацію і на цій основі приймати обґрунтовані управлінські рішення, проводити високоефективні рекламні кампанії [2].

Для організації комунікаційної діяльності на підприємстві велику роль відіграє алгоритм дії працівників та структура побудови ефективного комунікаційного каналу. Класифікація інструментів комунікації підходять для будь-якої сфери діяльності підприємства, але є індивідуальні потреби за якими підприємство діє в бізнесовому світі.

Аналіз та вибір тих чи інших інструментів комунікації зображено на рисунку 1, але він може бути і змінений відповідно до потреб ринку в якому підприємство функціонує.

Останніми роками виробники та посередники постійно вигадують нові шляхи стимулювання продажів, використовуючи досягнення науково-технічного прогресу, і соціальні мережі не є винятком. Все частіше спостерігається використання комунікацій підприємствами в Інтернеті, що дає змогу підвищити взаємодію всіх учасників комунікаційного процесу, дуже швидко знаходити необхідні обсяги інформації про наявних та потенційних споживачів-користувачів мережі Інтернет, конкурентів та інвесторів [1].

Для організації комунікаційної діяльності необхідно дотримуватися ряду порад для ефективної роботи всього підприємства.

Порада 1. Дотримання чіткого плану задач, які стоять перед керівником та працівниками. Адже календарний графік за яким відбувається організація на підприємстві допоможе як спланувати так і описати дії командної роботи працівників.

Порада 2. Аналіз каналів комунікації на підприємстві. Є декілька варіантів опитування on-line чи таємні скриньки. Так, ви зможете визначити, які канали є найбільш ефективними та зручними для командної роботи.

Порада 3. Створення концентрованого контент-плану для внутрішніх каналів комунікації на підприємстві. Такий план може включати як корпоративні новини, огляди кейсів підприємства, експертні записки, short-list книг та фільмів та іншу інформацію, яка знадобиться для організації комунікаційної діяльності всіх працівників на підприємстві.

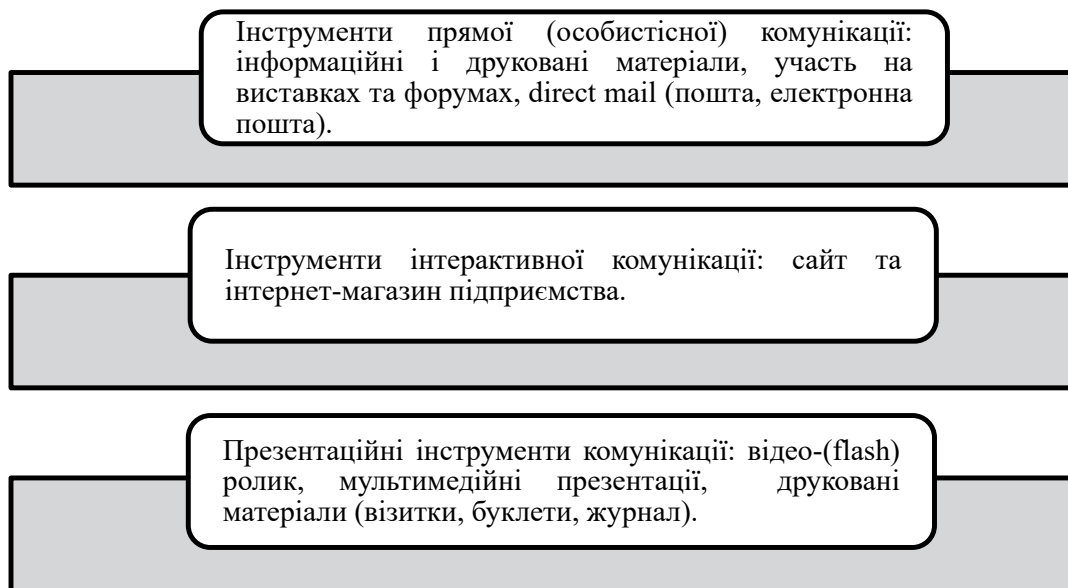


Рис. 1. Інструменти комунікацій на підприємстві

Джерело: систематизовано та доповнено автором [5]

Порада 4. Використання методу message house, який є інноваційною технологією для структурування інформаційних даних працівників підприємства та нагадування їм про важливі аргументовані записи про роботу.

Порада 5. Перегляд фірмового стратегічного збірника, який доступний для працівників. Саме акцент на нові комунікаційні можливості від файлообмінника покращить внутрішні комунікації, які стануть більш централізованими і будуть прямувати по локальній мережі.

Порада 6. Співпраця з компаніями-партнерами, які надають інформаційну безпеку або впровадження внутрішніх заходів з безпеки даних з встановленням регламентів в роботі, що покращить управління комунікаціями.

Порада 7. Погодження тімбілдінгів та цікавих корпоративних заходів для постійного впровадження нових інформаційних інструментів в роботі працівників та розвитку внутрішніх комунікацій на підприємстві.

Висновки. Отже, для організації комунікаційної діяльності підприємство повинно про-

йти декілька етапів, а саме: визначити своїх потенційних клієнтів, налагодження зв'язку з апаратом управління або робота з відділами, чітке формулювання комунікаційних цілей, обрання засобів комунікації та забезпечення зворотного зв'язку між всіма.

Підприємства, що дивляться на сучасний інформаційний світ стали більш динамічними в контексті управління, і це завдяки розвитку новітніх інформаційно-комунікаційних технологій. Використання на підприємствах комунікаційних мереж та інформаційних систем є ознакою цивілізаційного рівня апарату управління, його персоналом, що тільки працює на перспективу. Глобалізація комунікаційної діяльності на підприємстві пов'язана з вивченням трансформаційних змін в каналах комунікації та дослідженням комунікаційного напрямку організаційно-функціональних, економічно-технологічних, змістовно-продуктивних форм взаємозв'язків між структурними підрозділами підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Зоріна О.І., Фадєєнко В.Ю. Вплив маркетингових комунікацій на діяльність підприємств в сучасних умовах. *Науковий вісник Миколаївського національного університету ім. В.О. Сухомлинського. Серія «Економіка та управління підприємством»*. 2018. Випуск 21. С. 284–287.
2. Ільченко Т.В. Актуальні аспекти формування ефективної маркетингової комунікаційної політики підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2018. Вип. 18(2). С. 29–33.
3. Кендюхов О.В., Дмитрова С.М. Оцінка ефективності маркетингової стратегії фірми. *Економіка та право*. 2004. № 2. С. 98–102.

4. Колосок В.М., Лазаревська Ю.А. Розвиток цифрових комунікацій в сучасному менеджменті організацій. Зб. наук. пр. *Університетська наука* : в 4 т. ДВНЗ «ПДТУ». Маріуполь, 2020. Т. 3. С. 190–195.
5. Мудрак Л.М. Комунікація і криза : посібник. Київ, 2020. 106 с.
6. Орел В.М., Краля В.Г. Роль комунікацій в управлінні підприємством. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. Петра Василенка*. 2016. Вип. 174. С. 60–66.
7. Шевчук Н. Аналіз комунікаційної діяльності підприємства. *Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі* : матеріали ІХ Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів. Тернопіль : ТНТУ, 2018. С. 50–51.

REFERENCES:

1. Zorina O.I., Fadyeyenko V.Yu. (2018) Vplyv marketynhovyykh komunikatsiy na diyal'nist' pidpryyemstv v suchasnykh umovakh [The impact of marketing communications on the activities of enterprises in modern conditions]. *Naukovyy visnyk Mykolayivs'koho natsional'noho universytetu im. V.O. Sukhomlyns'koho. Seriya «Ekonomika ta upravlinnya pidpryyemstvom»*, 21, 284–287.
2. Il'chenko T.V. (2018) Aktual'ni aspekty formuvannya efektyvnoyi marketynhovoyi komunikatsiyanoi polityky pidpryyemstva [Topical aspects of forming an effective marketing communication policy of the enterprise]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Seriya «Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo»*, 18(2), 29–33.
3. Kendyukhov O.V., Dmytrova S.M. (2004) Otsinka efektyvnosti marketynhovoyi stratehiyi firmy [Evaluation of the effectiveness of the company's marketing strategy]. *Ekonomika ta pravo*, 2, 98–102.
4. Kolosok V.M., Lazarevs'ka Yu.A. (2020) Rozvytok tsyfrovyykh komunikatsiy v suchasnomu menedzhmenti orhanizatsiy [Development of digital communications in modern management of organizations]. *Zb. nauk. pr. Universytet s'ka nauka: v 4 t. DVNZ «PDTU»*. Mariupol', 3, 190–195. (in Ukrainian)
5. Mudrak L.M. (2020) Komunikatsiya i kryza: posibnyk. Kyiv. (in Ukrainian)
6. Orel V.M., Kralya V.H. (2016) Rol' komunikatsiy v upravlinni pidpryyemstvom [The role of communications in enterprise management]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil'skoho hospodarstva im. Petra Vasylenka*, 174, 60–66.
7. Shevchuk N. (2018) Analiz komunikatsiyanoi diyal'nosti pidpryyemstva [Analysis of communication activities of the enterprise]. *Marketynhovi tekhnolohiyi pidpryyemstv v suchasnomu nauково-tekhnichnomu seredovyschi: materialy IX Rehional'noyi nauково-praktychnoyi Internet-konferentsiyi molodykh vchenykh ta studentiv, Ternopil': TNTU*, 50–51. (in Ukrainian)