

Анатолій БІЛОУС

Здобувач вищої освіти ОС «Магістр»

спеціальності «Менеджмент»

Науковий керівник: **Добровольська Е.В.**

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,

публічного управління та адміністрування

ЗВО «ПДУ»,

м. Кам'янець-Подільський

УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ В ПІДПРИЄМСТВАХ

Будь-яке підприємство, незалежно від масштабу чи специфіки своєї бізнесової діяльності, потрапляє під вплив нових викликів жорсткої конкурентної боротьби. Нині активізація бізнесової діяльності передбачає зростання ступеня відкритості та взаємодії з партнерами. Сьогодні поява нових інформаційно-комунікаційних систем свідчить про зростання значення комунікацій у функціонуванні підприємств різних сфер діяльності. Водночас розвиток сучасних цифрових технологій, забезпечивши формування активних інформаційних й бізнесових комунікацій між підприємствами, суттєво розширив можливості їх взаємодії. Комунікаційний процес має вагоме значення для конкурентоспроможності підприємств, оскільки від його ефективності залежить їх розвиток й результативність. На практиці, з переходом в епоху інформаційної цивілізації та широкого використання цифрових технологій, управління комунікаціями в підприємствах стрімко розвивається та постійно удосконалюється. Гармонізація комунікаційних каналів на підприємствах є необхідною умовою для їх адаптації до нових запитів сьогодення й успішного здійснення необхідних стратегічних перетворень. Розбудова комунікаційних ланцюгів й каналів та взаємодій в підприємствах можлива лише на підґрунті якісно нових концептуальних засад розвитку управління комунікаціями на основі широкого використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій [3].

Дослідження вітчизняних вчених поклали початок комунікаційно-організаційному забезпеченню управлінської діяльності та виділили основні аспекти, які пов'язані з комунікаціями на підприємстві. Управління комунікаціями в підприємствах, переважно, відбувається між працівниками, і це є процесом обміну інформації в середині колективу, де передача по комунікаційному ланцюгу розповсюджується по відділах та між окремими працівниками цього підприємства.

Тобто, «комунікація» – є специфічною функцією управління, яка дозволяє при правильній передачі інформації, забезпечити надійне з'єднання усіх каналів підприємства та їх взаємодію.

Під «управлінням комунікаціями в підприємствах» ми вважаємо доцільним розуміти: цілеспрямований вплив інформаційного повідомлення на систему комунікацій через комунікаційні канали за рахунок взаємодії всіх елементів комунікаційного процесу, що забезпечить розвиток комунікацій в підприємствах.

Наголосимо, що комунікація є важливим елементом управління підприємством, бо без правильно налагодженого комунікаційного процесу створювати, відправляти, отримувати та аналізувати інформацію на підприємстві не можливо.

Останнім часом комунікації в управлінні підприємством зазнали суттєвих змін. Раніше на підприємствах з налагодженою комунікацією переважали комунікативні потоки без зворотного зв'язку. Цікаво, що і зараз спостерігаються такі підприємства, де організація керівництва та управління процесом на підприємстві знаходиться на низькому рівні, тобто це помилково побудовані комунікації [4].

Функціонування таких підприємств, де зусилля направлені на отримання інформації будь-якими способами, характеризується низькою якістю комунікацій (так не треба керувати підприємством), оскільки ефективні комунікації окреслюються налагодженими потоками і зворотними зв'язки.

У процесі управління комунікаціями в підприємствах основні елементи проходять ряд взаємопов'язаних етапів:

1. Зародження ідеї. Відправник вирішує, яку інформацію потрібно зробити предметом обміну.

2. Кодування інформації і вибір каналу передачі. Для того, щоб передати сформовану ідею, відправник повинен за допомогою символів закодувати її, використовуючи для цього слова, інтонації, жести, цифрові символи. Кодування перетворює ідею в повідомлення.

3. Передача ідеї. Відправник використовує канал для доставки повідомлення отримувачу.

4. Декодування. Це переклад символів у думки. Якщо символи, які обрав відправник, мають теж саме значення до одержувача, то обмін інформацією буде ефективним.

5. Зворотний зв'язок. Це реакція одержувача повідомлення після ознайомлення із змістом [1].

Комунікації у менеджменті відносять до процесів управління, оскільки вони пов'язують функції організації, планування, мотивації та контролю. Формально, комунікаційний процес визначають як процес обміну інформацією між співробітниками підприємства та суб'єктами зовнішнього середовища з метою розв'язання певних проблем [2].

Розглядаючи комунікаційний процес на підприємстві, переважно мають на увазі людей, які безпосередньо спілкуються особисто або в групі, а також їх телефонні розмови, листування та звітування. І хоча дійсно на ці випадки припадає основна частина комунікацій, при розгляді досить складного комунікативного процесу не можна обмежуватись лише ними. Треба враховувати, що комунікації передбачають не лише обмін інформацією, а й формування різних форм зв'язків між людьми, заснованих на різних видах взаємозв'язків, які спрямовані на досягнення мети підприємства. Вони являють собою особливу форму впливу на співробітників підприємства та суб'єктів зовнішнього середовища.

Отже, управління комунікаціями в підприємствах та розвиток комп'ютерних інформаційних технологій, який нерозривно пов'язаний з розвитком інформаційних систем, використовується для автоматизованого розв'язування певного роду комунікаційних задач, а основною функцією такої систем є забезпечення керівництва підприємства інформацією.

Список використаних джерел

- 1.Гранат О. В. Принципи та підходи до оцінки комунікаційних систем підприємств аграрного сектора. *Економіка та держава*. 2013. № 4. С. 68-70.
- 2.Мазур В. С. Нові підходи і форми менеджменту, як особливого типу управління. *Пріоритети економічного розвитку України: історія та сьогодення*. Вінниця, 2016. С. 178-183.
- 3.Маковецька І. М. Ефективність комунікаційного менеджменту підприємства. *SWorldJournal*. м. Свиштов, Республіка Болгарія. 2020 №4, частина 3. С. 63-67.
- 4.Якубенко І. М. Розвиток комунікацій на підприємствах. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2017. м. Київ. Вип. №1. С. 107-113.