

УДК 338.439

О.Ф. ШАПОВАЛ,

канд. екон. наук, доцент, Національний університет харчових технологій

О.Б. ДУБІНСЬКА\*,

студентка, Національний університет харчових технологій

## СУЧАСНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ: ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Реалізація стратегій бізнесової діяльності підприємства в умовах посилення конкурентної боротьби стає все більше залежною від оперативного використання інформаційних ресурсів та якості комунікаційних процесів в цій сфері. Саме конкурентний тиск ринкового середовища вимагає переосмислення та вдосконалення здійснення комунікаційних процесів на підприємстві.

Сітовий досвід свідчить про те, що організація бізнесу, як багатовекторної системи з урахуванням впроваджень сучасних комунікаційних технологій, дозволить підняти на більш високий рівень стан господарювання підприємств, а також посилити їх кон'юнктуру політику.

У той же час прискорений розвиток ринкової системи висуває нові вимоги щодо стилю і методів здійснення комунікаційних процесів в бізнесі.

Результати наукових досліджень щодо організації комунікаційних процесів в сфері професійної та бізнесової діяльності висвітлені в наукових працях: Г.Г. Почепцова, В.Ф. Іванова, О.М. Холода, М.Ф. Кропивка та ін. [2,3].

Комунікаційні технології, що реалізуються в бізнесовій практиці, об'єднують специфічні методи і прийоми, що дозволяють отримувати заплановані результати в ході комунікаційного процесу в сфері менеджменту і маркетингу, при розробці бізнес-планів, впровадженні інвестиційних проектів, обґрунтуванні нових підходів та освоєнні прогресивних методів ринкового господарювання .

\*Науковий керівник- кандидат економічних наук, доцент Шаповал О.Ф.

Сучасні комунікаційні технології бізнесової діяльності ґрунтуються на більш повному використанні інновацій. Інновація за своїм змістом є результатом інтелектуальної діяльності – визначеної ідеї, винаходу та практичного їх впровадження. Переважно інновація орієнтована на економічну вигоду, вдосконалення процесу, ефективну зміну об'єкту, що формує його конкурентні переваги.

П. Друкер розглядає інновацію як особливий інструмент, що дозволяє підприємцю використовувати зміни та перетворювати їх у нові можливості щодо відкриття нового бізнесу або надання нової послуги [1].

На нашу думку, використання інновацій в сфері комунікаційних технологій спрямовується як на вдосконалення організації комунікаційного процесу так і на підвищення якості його здійснення. В цьому контексті комунікаційні технології в системі комунікаційного процесу обумовлюють використання «ланцюга» інновацій: від етапу початкової комунікації зі споживачами і клієнтами, цільовими аудиторіями до етапу передачі інформації (повідомлень) через відповідні засоби та канали зв'язку до споживачів інформації.

Об'єктивні зміни ринкових ситуацій ускладнюють алгоритми ведення бізнесової діяльності підприємствами харчової і переробної галузей АПК. В цьому аспекті важливу практичну допомогу надає використання сучасних комунікаційних технологій для організації електронних контактів із споживачами і бізнес-партнерами, в рекламній діяльності, в сфері PR, WEB-просуванні та ін.

Так, використання комунікаційних технологій таргетингу дозволяє ефективно організувати комунікації з визначеними цільовими аудиторіями. Поєднання технологій таргетингу із фоновою рекламою посилює комунікаційний ефект серед споживачів у конкретному регіоні.

Комунікаційні технології прямого Інтернет-маркетингу обумовлюють особисту комунікацію з одержувачем повідомлення в системах B2C або B2B з

метою формування взаємовигідних відносин та отримання економічної вигоди. Ця технологія передбачає зворотній зв'язок між комунікантами, виключає інформаційних посередників та використовує пряму адресну розсилку повідомлень цільовим споживачам.

До основних умов ефективної комунікації можна віднести: визначення потреби в комунікативній зацікавленості та створення позитивного комунікативного клімату. Створенню позитивного клімату та формуванню атмосфери довіри та відкритості між учасниками комунікаційного процесу сприяє дотримання його учасниками ряду психологічних принципів, а саме: принципу рівної безпечності, децентричної спрямованості та принципу адекватності.

Проведені дослідження впливу рівня використання сучасних комунікаційних технологій на ефективність бізнесової діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК свідчать про те, що їх активне використання сприяє прискоренню здійснення бізнес-комунікацій, посиленню їх конструктивності та результативності в умовах відносного зменшення витрат на їх проведення в електронних системах.

Отже, використання сучасних комунікаційних технологій, що ґрунтуються на нововведеннях, є необхідною умовою підвищення ефективності бізнесової діяльності підприємства та реалізації множини його нових комунікативних можливостей в ринковій системі.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в 21 веке: учебн.пособие/П.Ф.Друкер; пер.с англ. – М.:Вильямс, 2000. – 272 с.
2. Почепцов Г.П. Контроль над разумом/ Г.Г. Почепцов. – К.: Києво-Могилян.Академ., 2012. – 350 с.
3. Холод О.М. Комунікаційні технології: підручн./О.М.Холод. – К.: ЦУЛ, 2013. – 213 с.

