

# МІСЦЕ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ СЕРЕД ІНШИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА.

Побережна М.П.

У процесі розвитку ринкової економіки в Україні перед вітчизняними підприємствами постає проблема вибору пріоритетних напрямків діяльності. Визначення правильного стратегічного курсу є найбільш відповідальною справою для підприємства, оскільки формує пріоритети його діяльності на відносно довгострокову перспективу. Тому менеджменту компанії вкрай важливо підійти зважено до процесу розробки та реалізації стратегії, врахувавши багато внутрішніх і зовнішніх факторів.

Стратегія — це специфічний управлінський план дій, спрямованих на досягнення встановлених цілей. Вона визначає, як організація функціонуватиме та розвиватиметься, а також яких підприємницьких, конкурентних і функціональних заходів і дій буде вжито для того, щоб організація досягла бажаного стану.

А. Томпсон та А. Стрікленд поділяють стратегії на: корпоративну, ділову, функціональну та операційну. Серед головних функціональних стратегій виділяють: маркетингову; інноваційну; виробничу; фінансову; соціальну; екологічну; управління персоналом. Функціональні стратегії - це забезпечуючі стратегії, що визначають стратегічну орієнтацію функціональних напрямків - підсистем управління підприємством і забезпечують досягнення їх цілей, а також керуваність процесом виконання корпоративної та ділової стратегій, приймаючи при цьому відчутну участь у розробці і коригуванні останніх.

Ми пропонуємо ще виділяти комунікаційну стратегію, як різновид функціональної. Під комунікаційною стратегією слід розуміти: по-перше, план комунікації на визначений, найчастіше довгостроковий, період часу; а, по-друге, це певні принципи побудови комунікації на підприємстві. Комунікаційна стратегія взаємопов'язана з іншими функціональними стратегіями підприємства та забезпечує взаємозв'язок внутрішнього та зовнішнього середовища організації. Також комунікаційна стратегія забезпечує інформаційну підтримку стратегії розвитку, бренду та бізнесу компанії.

Визначення правильного стратегічного курсу є найбільш відповідальною справою для підприємства, оскільки формує пріоритети його діяльності на відносно довгострокову перспективу.