

БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ: ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ.

М.П. Побережна

Національний університет харчових технологій

В сучасних умовах ведення бізнесу особливу важливість набуває інформаційне забезпечення підприємства як передумова його ефективного функціонування. Ефективним засобом є застосування бізнес-комунікацій, як системи підтримки інформаційної взаємодії підприємства з його внутрішнім та зовнішнім бізнес-середовищем.

Бізнес-комунікації як діяльність суб'єкта – це комплекс зусиль зі створення, розвитку та підтримки репутації в очах цільових груп громадськості та суспільства в цілому задля досягнення рівня довіри до суб'єкта та реалізації цілей у його основній діяльності.

Оскільки ознакою комунікацій також є системність, то система бізнес-комунікацій – це сукупність елементів, які безпосередньо пов'язані із цілями, функціями та організаційною структурою суб'єкта економічної діяльності, напрямками, змістом інформаційних потоків, каналами та засобами їх передачі та розробкою комунікативної стратегії суб'єкта.

Основними завданнями бізнес-комунікацій є:

- створення та утримання іміджу;
- вивчення зовнішнього впливу на діяльність суб'єкта;
- налагодження відносин між суб'єктом і цільовими аудиторіями;
- створення сприятливого соціально-економічного клімату та сприятливого середовища для ведення діяльності;
- допомога суб'єкту економічної діяльності в отриманні точної та своєчасної інформації;
- пошук, вивчення та виявлення нових можливостей для бізнесу;
- налагодження комунікацій всередині організації.

Бізнес-комунікації суб'єкта економічної діяльності відіграють важливу роль у реалізації стратегічних цілей підприємства. Донесення правильно сформульованих

комунікативних повідомлень суб'єкта до його цільових груп формує сприятливу основу для діяльності у системі економічних відносин, допомагає заручитися підтримкою громадськості для захисту інтересів та репутації суб'єкта економічної діяльності.