

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

С.А. Стахурська, канд. екон. наук

Національний університет харчових технологій

У широкому розумінні термін "комунікація" означає процес обміну інформацією між двома особами чи більшою кількістю осіб. Даний процес є актуальним практично в усіх сферах життя суспільства, зокрема значної актуальності комунікації набувають у сфері менеджменту підприємств, організацій та фірм як інструмент ефективного управління ними. При цьому варто виділити наступні напрями комунікацій: комунікації між керівництвом та працівниками, між структурними підрозділами одного підприємства, між підрозділами одного підприємства, які є територіально відокремленими (філіями, дочірніми підприємствами тощо), між підприємством та суб'єктами зовнішнього оточення (споживачами, контактними аудиторіями, посередниками, міжнародними структурами і т. ін.). Налагоджувати комунікації потрібно у кожному із зазначених напрямів, дотримуючись принципів цілісності, центризму та системності, тобто розглядаючи кожен напрям як складову цілісної системи комунікацій, яка покликана забезпечити виконання головної ("центральної") цілі діяльності підприємства.

При формуванні системи комунікацій особливу увагу необхідно звернути на канали зв'язку, тобто засоби, за допомогою яких буде передаватись інформація [1]. Такими засобами, зокрема, можуть бути: мова, документи, електронні засоби, відео-засоби та засоби телекомунікацій тощо. Очевидно, одним із найефективніших засобів є інформаційні технології (передача інформації за допомогою соціальних мереж, електронної пошти, спеціальних електронних програм, сайтів тощо). Це не означає, що "живе спілкування" у комунікаціях підприємств має вичерпати себе та зникнути, втім обмін інформацією за допомогою електронних технологій має ряд переваг: швидкість; можливість оперативної передачі повідомлень значній кількості осіб;

можливість доступу до інформації широкої аудиторії; наявність у отримувача часу на сприйняття та обдумування інформації в порівнянні із безпосереднім спілкуванням, і, як результат, зменшення конфліктів; економія часу, приміщень та можливість більш ефективного їх використання (наприклад, проведення нарад через Skype або оперативний обмін експертними оцінками "online" при використанні методу Дельфі); уникнення або зменшення деяких комунікативних бар'єрів (зокрема, бар'єрів авторитету та відносин); збереження екології (наприклад, значне зменшення використання паперових носіїв та, як результат, економія природних ресурсів на виробництво паперу). Це лише деякі із переваг інформаційних каналів зв'язку. Їх ефективне впровадження має принести значні переваги підприємству та вивести на новий рівень. Це стосується усіх напрямів комунікацій, що були перераховані вище. Так, в аспекті менеджменту прийнято виділяти наступні види інформаційних систем (ІС) в комунікаціях: локальні, корпоративні та глобальні інформаційні системи [1; 2]. Локальна ІС являє собою сукупність інформаційних підсистем, що забезпечують функціонування підприємства за допомогою внутрішніх комунікацій. Корпоративна ІС представлена комунікаціями структурних підрозділів одного підприємства, які є територіально відокремленими один від одного. Локальна та корпоративна ІС стосуються внутрішніх комунікацій підприємства. Щодо зовнішніх комунікацій, то їх забезпечує глобальна ІС [1]. Вона дає можливість налагодження зв'язків із практично необмеженою кількістю користувачів та дозволяє підприємству обмінюватись інформацією із наступними групами суб'єктів:

- споживачами (створення сайтів, формування систем лояльності, банерна реклама цільовим групам, обслуговування через Інтернет тощо);
- постачальниками та посередниками;
- контактними аудиторіями (формування відносин зі ЗМІ, екологічними, благодійними, політичними організаціями тощо);

- науковими інститутами та установами, які здійснюють дослідження та розробки, впровадження яких на підприємстві покращить організацію виробництва, менеджменту, якість продукції тощо;

- регіональними та міжнародними структурами.

Як зазначалось вище, при формуванні системи комунікацій, в даному випадку – інформаційної комунікативної системи підприємства (ІКСП) – необхідно дотримуватись таких принципів:

- цілісність та системність: локальна, корпоративна та глобальна ІС мають розглядатися як єдина цілісна система комунікацій підприємства;

- центризм та цілеспрямованість: в центрі ІКСП повинна розташовуватись місія підприємства, а сама система покликана забезпечувати здійснення цілей, які, в свою чергу, відповідають місії.

Формування ефективної інформаційної комунікативної системи підприємства дозволить удосконалити як систему менеджменту, так і діяльність підприємства в усіх аспектах: виробничому, комерційному, маркетинговому і т. ін., а застосування інформаційних технологій призведе до можливості ефективного й оперативного обміну інформацією, економії часу та ресурсів і спрямування їх на розвиток підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Коммуникации в менеджменте [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/kommunikacionnyu-menedzhment.html>.
2. Любченко, Н.Л. Система комунікаційного менеджменту підприємства / Н.Л. Любченко // Науково-виробничий журнал "Інноваційна економіка", № 48. – 2013 [Електронний ресурс] / Режим доступу: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis.../cgiirbis_64.exe.