

РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ

Сьогодні суспільство стрімко вступає в принципово нову інформаційну епоху, в якій комунікаційні технології виступають як системотворчий фактор, що активно впливає на всі сфери життєдіяльності людини, їх стан та розвиток. Сучасна економіка трансформується у систему, що функціонує на основі широкого використання інноваційно-комунікаційних технологій. Управління стратегічними комунікаціями стає однією з умов збалансованого економічного зростання та конкурентоспроможності бізнесу, найважливішим елементом системи управління будь-якою організацією традиційної та інноваційної. За рахунок цього сучасний бізнес здійснив значимий революційний ривок щодо ефективності управління, взаємодії з різними аудиторіями та зацікавленими особами, у вирішенні стратегічних завдань.

За останнє десятиліття Україна серйозно просунулась шляхом економічних реформ: з'явилися й активно розвиваються соціальні інститути, які необхідні для ефективного функціонування сучасної ринкової економіки. Економічна відкритість дала імпульс розширенню різноманітних сфер бізнесу. Відповідно зросла інтенсивність організаційних комунікацій, без яких неможливо сьогодні уявити ефективну роботу комерційних та державних структур. Організаційні комунікації дозволяють підприємствам, організаціям, фірмам різних форм власності більш ефективно здійснювати взаємодію із зовнішнім середовищем у вигляді обміну інформацією. Учасниками організаційних комунікацій стають представники різних галузей діяльності. Організаційні комунікації включають все різноманіття форм ділового спілкування, які останні десятиліття перетворилися на справжню технологію ведення бізнесу. Актуальність проблеми зумовлена тим, що в наш час ці комунікації вже є самостійною управлінською функцією, ефективне виконання якої можливе лише за професійного підходу. Забезпечення правильної та грамотної побудови організаційних комунікацій є запорукою успіху для сучасних компаній, особливо тих, що мають широку розгалужену структуру філій.

Без комунікації неможливе існування жодної організованої групи людей. Комунікація – це засіб, за допомогою якого в єдине ціле об'єднується організована діяльність, засіб, з допомогою якого соціальні та енергетичні вклади вводять у соціальні системи. Комунікація є засобом, за допомогою якого модифікується поведінка, здійснюються зміни, інформація набуває ефективності, реалізуються цілі. Формально, комунікаційний процес визначають як процес обміну інформацією між співробітниками підприємства та суб'єктами зовнішнього середовища з метою розв'язання певних проблем [1-4].

Інноваційні технології та інструменти сьогодні склали не просто конкуренцію традиційним засобам комунікацій, але багато в чому змінили смислове навантаження самих бізнес-комунікацій, зробивши їх інструментом створення інформаційного контенту, що забезпечує стратегічну довіру різних стейкхолдерів, залучення до різноманітних бізнес-процесів, партнерства, співучасті у створенні доданої вартості. Основними факторами такої довіри є: стратегічний потенціал підприємства (організації), фірми у сприйнятті спостерігачів (партнерів, клієнтів тощо); минула діяльність компанії (за принципами «доказового менеджменту»); довіра до керівництва; транспарентна інформаційна політика компанії щодо її стейкхолдерів. Все це створює не просто модель стратегічної довіри, а й найважливіший нематеріальний актив, що має величезну цінність, що окупається, створює додану вартість бізнесу і забезпечує його стійку конкурентоспроможність, що підтверджується різними дослідженнями.

Таким чином, необхідно зазначити, що роль комунікації зростає у глобальному світі та визначає стратегії розвитку організацій. Головне призначення сучасних комунікацій - не просто обмін інформацією або доведення її до різних стейкхолдерів, а забезпечення їх більшого залучення до нових бізнес-процесів, зміна засобів і каналів їх взаємодії, підвищення довіри між ними, зміцнення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок нових факторів, тобто, зміна смислового навантаження комунікаційного процесу.

У сучасній Україні інноваційні комунікації активно функціонують у різних сферах бізнесу, водночас на державному рівні цьому питанню наразі не приділяється достатньо уваги, незважаючи на проголошення курсу на модернізацію економіки. У сучасних економічних умовах фінансово-економічної нестабільності, сировинної залежності економіки та технічного недорозвинення впровадження та використання інформаційно-комунікаційних технологій, підтримка інновацій на всіх рівнях є найбільш перспективним виходом із ситуації і відкривають нові можливості для розвитку національної економічної системи в цілому.

Література:

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз : монографія. К. : МАУП, 2005. 440 с.
2. Бугров Д. Метрика ефективності URL: <http://www.vestnikmckinsey.ru> (дата звернення: 02.11.2022)
3. Мазур В.С. Нові підходи і форми менеджменту, як особливого типу управління. *Пріоритети економічного розвитку України: історія та сьогоднішнє*. Вінниця. 2016. С. 178-183.
4. Прус Л. Р. Комунікаційний менеджмент. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2009. № 1. С. 38-41.