

ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Оникієнко Р., здобувач вищої освіти*,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

В останні десятиліття діловий світ по-справжньому зрозумів важливість комунікаційного аспекту менеджменту - як основної ланки між цілями, принципами управління та економічними механізмами. Використання підприємствами засобів комунікаційної політики за будь-якого насичення ринку може модифікувати поведінку суб'єктів господарювання, посередників і споживачів і сприяти підвищенню ефективності їх діяльності. Забезпечення конкурентоспроможності бізнесу в сучасних умовах неможливе без інтенсивного використання комунікацій, метою яких є інформування та переконання цільової аудиторії, нагадування про продукцію компанії, створення та підтримка іміджу на високому рівні [1].

У контексті управлінської діяльності всередині підприємства комунікація передбачає різноманітні взаємодії між персоналом [2]. Це процес обміну інформацією та передачі даних між окремими особами або групами осіб. Процес корпоративної комунікації - це процес, у якому менеджери розробляють системи для надання інформації багатьом людям усередині компанії чи організації, а також окремим особам та установам за її межами[3].

Комунікаційна політика є важливою і необхідною складовою системи управління підприємством, що забезпечує розвиток компанії, від якої залежить ефективність роботи всього колективу. Головну роль у цьому відіграє якість інформаційного потоку, який є основою комунікаційної політики. При цьому необхідно дбати про збереження оптимального співвідношення між досягнутими результатами та витратами на реалізацію заходів комунікаційної політики.

Комунікаційна політика в сучасному підприємстві визначає її місію по відношенню до комунікаційного простору, це надбудова над комунікаційною стратегією, яка визначає набір конкретних тактичних засобів з метою досягнення конкретних цілей. Метою комунікаційної політики є забезпечення ефективної взаємодії між об'єктом комунікації

* Науковий керівник – Славкова О., д.е.н., професор

і суб'єктом комунікаційного простору. Основним завданням комунікаційної політики є чіткий опис методів, засобів і правил комунікації, недопущення використання на практиці ненадійних, неповних і ситуативних каналів комунікації, які не відповідають цілям і завданням політики комунікаційних каналів [1].

Один зі шляхів покращення комунікації для підвищення ефективності управління підприємством полягає в безперервній підтримці відкритого та систематичного обміну інформацією, що веде до покращення робочих процесів, підвищення продуктивності та міцнішого внутрішнього та зовнішнього іміджу підприємства. Ефект також відчувається в прийнятті рішень, які стають швидшими. Такий підхід допомагає мотивувати персонал і, як наслідок, зробити його більш продуктивним і з більшою ймовірністю досягти реалізації бізнес-цілей.

Література:

1. Слюсарєва Л.А., Костіна О.М. Удосконалення комунікаційної політики підприємства. *Економіка і суспільство*. 2018. № 16. С. 484-494.
2. Бондар Ю.А., Легіньова Н.І. Особливості комунікаційного процесу в управлінні підприємством. *Науковий вісник Львівської академії. Серія: Економіка, менеджмент та право: збірник наукових праць*. Вип. 3-4. С. 15-21.
3. Ten Benefits of internal communication. PRLab, 2023. URL: <https://prlab.co/blog/benefits-of-internalcommunication/> (date of application: 10.01.2025).

IMPROVING THE COMPETITIVE STRATEGY OF THE ENTERPRISE

Ostroverkh M., higher education candidate*,
Simon Kuznets Kharkiv National University
of Economics, Kharkiv, Ukraine

In modern business conditions, business entities are forced to pay significant attention to management aspects aimed at ensuring, maintaining the proper level and increasing their own competitiveness in various markets. The competitiveness of an enterprise is a determining factor in its success and plays a key role in shaping financial results.

* Scientific advisor – Podolska O.V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor