

Валентина ІВАНЕНКО

*к.е.н., доцент кафедри економіки, менеджменту,
маркетингу та готельно-ресторанної справи
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

Євген ЛЕОНОВЕЦЬ

*здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
спеціальності 073 «Менеджмент»
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах високої конкуренції та динамічних змін ринку ефективна система комунікацій є критичним елементом успішного функціонування будь-якого підприємства. Вона забезпечує злагоджену взаємодію між підрозділами, співробітниками, керівництвом, а також між підприємством і зовнішнім середовищем. Управління комунікаціями дозволяє не лише оперативно вирішувати внутрішні питання, але й підтримувати позитивний імідж компанії на ринку.

На сучасних підприємствах вибудовані системи комунікацій, котрі підлаштовуються до

сучасних вимог ринку в умовах динамічного розвитку, що є не лише допоміжною підсистемою, а одним із основних рушійних чинників при формуванні конкурентоспроможності підприємства [1, с. 324].

Система комунікацій підприємства – це сукупність каналів, інструментів, методів і процесів обміну інформацією, яка забезпечує узгоджену діяльність усіх структур підприємства, а також його зв'язок із партнерами, клієнтами, органами влади та громадськістю.

Система комунікацій підприємства охоплює всі канали та форми передачі інформації, які використовуються для обміну даними як усередині організації, так і з зовнішніми стейкхолдерами – клієнтами, постачальниками, партнерами, органами влади. Вона включає як офіційні (звіти, накази, протоколи), так і неформальні (особисте спілкування, корпоративна культура) елементи комунікації.

Внутрішні комунікації поділяються на вертикальні – між різними рівнями управління (від керівництва до підлеглих і навпаки), та горизонтальні – між співробітниками одного рівня. Вони сприяють оперативному ухваленню рішень, забезпечують координацію дій і знижують ризик виникнення конфліктів. Водночас зовнішні комунікації орієнтовані на взаємодію підприємства з клієнтами, партнерами, громадськістю та державними структурами. Вони формують репутацію бренду і безпосередньо впливають на бізнес-результати.

Управління комунікаційною системою передбачає кілька етапів: аналіз поточного стану комунікацій, планування та впровадження ефективних каналів обміну інформацією, моніторинг і вдосконалення процесів. Важливо враховувати специфіку підприємства, його організаційну структуру, культуру, а також використовувати сучасні цифрові інструменти, такі як CRM, ERP-системи, корпоративні портали, месенджери та платформи для відеозв'язку.

Одним з ключових чинників успіху є розвиток комунікаційної культури в колективі – відкритості, довіри, прозорості в передаванні інформації. Також важливою є інформаційна політика підприємства, яка регламентує, як, коли і кому передається та чи інша інформація.

Варто зазначити, що проблеми в комунікаційній системі – не рідкість. Це можуть бути інформаційні бар'єри, перевантаження інформацією, нерегулярність комунікацій або навіть ігнорування зворотного зв'язку. Для їх вирішення необхідно регулярно проводити оцінку ефективності комунікацій, впроваджувати зрозумілі регламенти та заохочувати відкритий діалог між співробітниками.

Підсумовуючи, можна сказати, що добре налагоджена система комунікацій – це фундамент стабільності, ефективності та конкурентоспроможності підприємства. Вона забезпечує не лише обмін інформацією, а й створює сприятливе середовище для розвитку команди, реалізації стратегій і досягнення поставлених цілей.

Процес управління підприємством невіддільно пов'язаний із системою комунікації, адже ефективне управління неможливе без налагодженого обміну інформацією. Кожен управлінський цикл – від планування до контролю – спирається на комунікаційні процеси, які

забезпечують узгодженість дій, прийняття рішень і досягнення цілей.

Ступінь організації та ефективність комунікаційного процесу на підприємстві багато в чому залежить від досвіду керівника, теоретичних знань і здібностей, які можуть допомогти йому знайти більш ефективні методи комунікації, оволодіти вмінням раціонально організувати процес передавання, засвоєння та використання інформації [2]. Складові елементи системи комунікації в управлінні підприємством представлені на рисунку 1.



Рис. 1. Складові елементи системи комунікації в управлінні підприємством

Кожна управлінська функція – планування, організація, мотивація, контроль – потребує чіткої комунікації. Наприклад:

- планування потребує збору та передачі аналітичної інформації;
- організація – розподілу завдань і доведення їх до виконавців;
- мотивація – донесення цілей і заохочення;
- контроль – збору зворотного зв'язку та корекції діяльності.

Отже, система комунікації – це «нервова система» управління, яка забезпечує безперервний обмін інформацією між усіма елементами підприємства. Від її якості залежить узгодженість дій, адаптивність до змін і ефективність реалізації стратегічних цілей.

Список використаних джерел

1. Гусаковська Т.О., Войт Б.Р. Система комунікацій підприємств та організацій: основні складові та особливості функціонування. Бізнес Інформ. 2024. № 3. С. 323–328. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-3-323-328>
2. Бабчинська О. І. Комунікаційний процес в управлінні: основні положення. *Ефективна економіка*. 2018. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6539>
УДК 005.336.3:005.21