

*Маліч Л.А.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та маркетингу,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»*

КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

У сучасних умовах глобалізації, цифровізації та високої конкуренції комунікації стають стратегічним ресурсом підприємства. Якщо раніше основними факторами успіху вважалися матеріальні ресурси, виробничі потужності та фінансовий капітал, то сьогодні вирішального значення набуває якість управління інформаційними потоками. Саме комунікаційний менеджмент забезпечує узгодженість дій, швидкість прийняття рішень, ефективність взаємодії персоналу та формування позитивного іміджу організації. Тому його справедливо розглядати як один із ключових чинників підвищення ефективності сучасного підприємства [1].

Комунікаційний менеджмент – це цілеспрямований процес планування, організації, координації та контролю внутрішніх і зовнішніх інформаційних потоків підприємства. Його основною метою є створення ефективної системи обміну інформацією між керівництвом і працівниками, між структурними підрозділами, а також між підприємством і зовнішнім середовищем (партнерами, клієнтами, інвесторами, державними органами). В основі комунікаційного менеджменту лежить принцип зворотного зв'язку, який дозволяє своєчасно коригувати управлінські рішення та запобігати конфліктам чи непорозумінням.

Згідно з дослідженнями, ефективні комунікації в організації сприяють зростанню продуктивності праці. Співробітники, які отримують чітку та своєчасну інформацію, краще розуміють стратегію підприємства, що підсилює їхню мотивацію та залученість у процеси організації [2].

Внутрішня комунікація – це система обміну інформацією всередині підприємства. Вона включає як вертикальні міжрівневі зв'язки (керівництво – підлеглі), так і горизонтальні (між департаментами чи командами). Основними функціями внутрішньої комунікації на підприємстві є: забезпечення розуміння корпоративних цілей та завдань; підтримка корпоративної культури та морального стану персоналу; своєчасне інформування про зміни в організації; сприяння вирішенню конфліктів та формуванню довіри.

Одним із принципів ефективної внутрішньої комунікації є прозорість і двосторонній зв'язок, що дозволяє працівникам не лише отримувати інформацію, а й висловлювати власні думки та пропозиції. Використання цифрових платформ (корпоративні портали, месенджери, CRM-системи) значно

підвищує оперативність передачі інформації, що робить внутрішні комунікації більш гнучкими та адаптивними. Організації, які активно впроваджують внутрішні комунікаційні стратегії, частіше показують стабільне виконання бізнес-процесів та вищу задоволеність працівників [3].

Комунікації на підприємстві відіграють ключову роль у процесі формування та розвитку організаційної культури, вони впливають на те, як працівники взаємодіють, обмінюються інформацією та спільно вирішують проблеми. Організаційна культура завжди була і буде унікальною характеристикою підприємства внаслідок існування множини її автентичних характеристик та особливостей прояву [4].

Зовнішня комунікація полягає у взаємодії підприємства із зовнішніми стейкхолдерами: клієнтами, постачальниками, партнерами, медіа, державними органами та громадськістю. Вона відіграє вирішальну роль у просуванні повідомлення, цінностей та пропозицій організації та є важливою складовою ділової репутації, рівня довіри та ринкових позицій підприємства.

Стратегія зовнішніх комунікацій включає маркетингові комунікації, PR-активність, формування бренду та інструменти управління громадською думкою. Ефективна зовнішня комунікація сприяє підвищенню конкурентоспроможності організації та зміцненню її іміджу на ринку.

Цифрові технології (соціальні мережі, сайти, онлайн-месенджери) відіграють дедалі важливішу роль у зовнішньому комунікаційному менеджменті, оскільки дозволяють підприємству безпосередньо взаємодіяти з цільовими аудиторіями та отримувати зворотний зв'язок у режимі реального часу.

Необхідність формування ефективної комунікаційної стратегії з точки зору забезпечення довгострокової конкурентної переваги підприємства на ринку, що дасть змогу зміцнити його фінансові позиції та збільшити ринкову нішу [5].

Внутрішні та зовнішні комунікації не існують ізольовано. Ефективний менеджмент підприємства передбачає їх інтеграцію та координацію. Наявність потужної внутрішньої комунікаційної бази підсилює зовнішню діяльність організації, оскільки задоволені працівники є послами бренду, здатними підтримувати позитивний імідж компанії у зовнішньому середовищі. Організації з узгодженою внутрішньою та зовнішньою комунікацією демонструють вищий рівень довіри в усіх груп стейкхолдерів – від співробітників до клієнтів та партнерів.

Ефективний комунікаційний менеджмент сприяє:

- підвищенню продуктивності праці;
- скороченню витрат часу на прийняття управлінських рішень;
- зміцненню корпоративної культури та морального клімату;

- збільшенню рівня довіри стейкхолдерів;
- оптимізації бізнес-процесів.

Комунікаційний менеджмент також є критично важливим під час змін та криз. Через якісну комунікацію керівництво може мінімізувати опір персоналу, підтримати корпоративну культуру та зберегти стабільність функціонування підприємства.

Отже, комунікаційний менеджмент виступає важливим інструментом підвищення ефективності сучасного підприємства. Він забезпечує узгодженість управлінських дій, оптимізацію внутрішніх процесів, формування позитивного іміджу та зміцнення ринкових позицій. Успішні підприємства розглядають комунікації не як допоміжну функцію, а як стратегічний ресурс розвитку. Саме тому вдосконалення системи комунікацій є необхідною умовою досягнення стійкого конкурентного успіху в сучасному бізнес-середовищі. Забезпечення високого рівня конкурентоспроможності українських підприємств в умовах євроінтегрування економіки країни є практично неможливим без інтенсивного застосування комунікаційних стратегій.

Список використаних джерел:

1. Омельчак Г. В. Роль комунікацій в системі управління сучасним офісом. *Інфраструктура ринку*. Вип. № 71, 2023. С. 178-182.
2. Захарчин Г. Роль комунікаційної культури в управлінні персоналом. *Економіка та суспільство*. 2023, № (56). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3085/3008>
3. Лизанець А., Феєр О., Бондарева М. Внутрішні комунікації в системі управління персоналом організації *Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут*. 2022. № 23 С. 127-132
4. Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Мельничук І. Є. Трансформація елементів організаційної культури на сучасному етапі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Вип. 50, 2024. С. 88-92.
5. Андрощук І., Пітел Н., Липчанський В. Комунікаційна стратегія підприємства як засіб уникнення конфліктних ситуацій в сучасному бізнес-середовищі. *Економіка та суспільство*. 2025. № 73. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6274/6216>