

ФОРМУВАННЯ АЛГОРИТМУ ДІАГНОСТИКИ СТАНУ ВНУТРІШНІХ КОМУНІКАЦІЙ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Л. Ю. Сагер, к. е. н.;

Л. О. Сигида, к. е. н.

Сумський державний університет

У сучасних умовах збільшуються необхідність реалізації цілей усіх зацікавлених осіб, яка досягається за рахунок посилення взаємозв'язків між усіма учасниками підприємницької діяльності, тобто відбувається підвищення ролі комунікаційних процесів підприємства, в т. ч. і на внутрішньоорганізаційному рівні. Ефективність комунікаційно-інформаційних процесів, комунікаційний клімат у результаті впливають на організацію тривалих партнерських взаємин ринкових суб'єктів, підвищення його конкурентоспроможності та ефективність діяльності підприємства в цілому. Відповідно своєчасний аналіз комунікаційних процесів дозволяє визначити слабкі місця, нівелювати або зменшити ступінь їх негативного впливу на відносини із партнерами, а в результаті і на економічну ефективність діяльності підприємства.

Виходячи з цього, із впевненістю можна сказати, що результати діагностики стану внутрішніх комунікацій (ВК) надають можливості уникнути економічних збитків від недосконалості системи внутрішніх комунікацій у майбутньому, попередньо визначивши слабкі сторони і нівелювавши їх вплив за рахунок удосконалення слабких елементів комунікаційного процесу.

Зважаючи на розрізнений характер підходів до оцінювання стану внутрішніх комунікацій, на дослідження лише окремих їх складових, виникає необхідність у формуванні єдиного підходу до діагностики стану внутрішніх комунікаційних (ВКП) на підприємстві із врахуванням усіх його складових. Розроблений алгоритм діагностики стану ВК на підприємстві поданий на рис. 1 і передбачає почергове проходження етапів.

Відтак, один із перших етапів полягає у визначенні об'єкта та предмета діагностики стану комунікаційних процесів підприємства. Відповідно у якості об'єкта діагностики виступає система ВКП підприємства з такими її складовими: підсистема менеджменту, інформаційна, техніко-технологічна та соціально-

психологічна підсистеми. Предметом діагностики у межах організаційної підсистеми є такі її елементи: управлінські технології, організаційна структура управління, персонал; у межах технологічної підсистеми – програмне забезпечення, апаратне забезпечення, система обробки інформації і т.д.



Рисунок 1 – Алгоритм діагностики стану внутрішніх комунікацій промислового підприємства

Далі проводиться оцінювання соціально-організаційної та техніко-інформаційної складових системи ВКП за сформованою

системою показників, розрахунок яких здійснюється за однаковий проміжок часу. Слід зазначити, що існують як кількісні, так і якісні показники діагностики стану ВКП (останні у своїй більшості засновані на експертному оцінюванні). Зазначена формалізована оцінка передбачає за кожним напрямом розрахунок трьох найбільш типових коефіцієнтів згідно з виокремленими елементами складових (по одному за кожним предметом оцінювання).

Вагові характеристики значимості оцінок визначаються експертним методом для кожного конкретного підприємства, що дозволяє взяти до уваги специфіку діяльності. Експертами є керівники та провідні фахівці підприємства, для якого проводиться аналіз, та залучені (за необхідності) фахівці, що є експертами щодо умов діяльності на аналізованому сегменті ринку.

За результатами запропонованої системи показників запропоновано будувати матрицю позиціонування підприємства залежно від стану внутрішніх комунікацій підприємства, яка враховує стан соціально-організаційної та техніко-інформаційної складових. Матриця має три зони: зону «залучення», зону «варіативних комунікацій», зону «комунікативної прірви». Відповідно до позиціонування підприємство опиняється в одному з квадрантів, що допомагає наочно представити та оцінити стан ВКП підприємства, виділити і оцінити варіанти переходу між квадрантами з метою підвищення рівня внутрішніх комунікацій. У перспективі це надає можливість розробляти подальші стратегічні дії з удосконалення системи управління внутрішніми комунікаціями підприємства та здійснити розрахунок прогнозованого значення економічного ефекту бізнес-процесу з урахуванням стану внутрішніх комунікаційних процесів підприємства.

УДК 339.138: 338

ОСОБЛИВОСТІ ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Я. О. Тимохіна

Сумський державний університет

За останнє десятиріччя у галузі економіки поширення набула концепція інтегрованих маркетингових комунікацій, проте

Формування алгоритму діагностики стану внутрішніх комунікацій промислового підприємства / Л.Ю. Сагер, Л.О. Сигида // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : збірник наукових праць за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 28-29 травня 2015 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2015. – С. 164-166.