

ПОСТРОЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИЯМИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Сажер Людмила Юрьевна
ассистент кафедры маркетинга и УИД
Сумский государственный университет, г. Сумы
e-mail: l_sager@ukr.net

CREATION THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF COMMUNICATION MANAGEMENT AT INDUSTRIAL ENTERPRISE

Liudmyla Sager
Assistant Professor the Department of Marketing and MIA,
Sumy State University, Sumy
e-mail: l_sager@ukr.net

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены основные составляющие механизма управления, определены сущность и система внутренних коммуникаций промышленного предприятия. На основании проведенного исследования предложена система взаимосвязей элементов организационно-экономического механизма управления коммуникациями.

ABSTRACT

The article describes the main components of the control mechanism, defines the essence and system of internal communications on industrial enterprise. According to the research proposed a system of interrelations the elements of organizational and economic mechanism for communications management.

Ключевые слова: коммуникации; управление; механизм.

Keywords: communications; management; mechanism.

Достижение основных целей предприятия, будь то успех на рынке, завоевание и/или удержание рыночных позиций, привлечение новых потребителей и удержание существующих, невозможно без налаживания эффективной системы внутренних коммуникаций, которая служит именно той платформой, на которой строится система внешних коммуникационных связей предприятия. Правильное управление внутренними коммуникациями дает возможность накапливать, формализовать, обобщать и структурировать знания

и опыт сотрудников в единой информационной среде, обеспечивать свободную циркуляцию информации сверху вниз и снизу вверх, что, в свою очередь, обеспечивает повышение эффективности работы всего предприятия.

Особенно данный вопрос актуален для промышленных предприятий, продукция и система сбыта которых отличается определенной спецификой, в частности предусматривает более тесные связи с потребителями. В том числе на основании внутренних коммуникационных процессов формируется имидж предприятия как надежного партнера, производителя, поставщика, работодателя и т.д., то есть качество внутренних коммуникационных процессов влияет на взаимоотношения с контрагентами, а в результате – и эффективность работы всего предприятия.

Соответственно под внутренними коммуникациями мы понимаем каналы связи, при помощи которых предприятие взаимодействует с внутренними целевыми группами. Они могут касаться конкретного сотрудника, подразделения или предусматривать информацию для предприятия в целом. В целом, сущность управления внутренними коммуникациями состоит в совершении целенаправленного влияния на коллектив сотрудников с целью обеспечения приёма, обработки, накопления, передачи своевременной и неискаженной информации на соответствующие уровни управления (точки ответственности) [7].

При этом построение организационно-экономического механизма управления, целью которого является содействие формированию и повышению организационно-экономического потенциала, получение конкурентных преимуществ и эффективности деятельности предприятия в целом, является одной из ключевых проблем в системе управления предприятием любой организационно-правовой формы, любой отрасли, любого рынка.

Так, по мнению О.И. Волкова [3] именно механизм управления, содержащий принципы, задания, организационную структуру органов управления, персонал, экономические и юридические методы и ограничения, информацию и технические средства ее обработки, способен обеспечить

динамизм и согласованность работы предприятия. В свою очередь Л.Г. Мельник [6] определяет механизм как наиболее активную составляющую системы управления, обеспечивающую влияние на факторы, от состояния которых зависит результат деятельности объекта, которым управляют.

В целом, существует множество подходов [1-7] к определению сущности и структуры понятия «механизм управления», руководствуясь которыми выделим основные составляющие организационно-экономического механизма управления предприятием (рис. 1).



Рис. 1. Составляющие организационно-экономического механизма управления предприятием

Соответственно при формировании механизма управления коммуникационными процессами предприятия в системе внутренних коммуникаций нами предлагается выделять четыре подсистемы (табл. 1): организационную, информационную, социально-психологическую и технологическую.

Таблица 1 – Составляющие системы внутренних коммуникаций промышленного предприятия

Подсистема внутренних коммуникаций предприятия	Составляющие подсистемы
Организационная	– управленческие технологии; – организационная структура управления; – персонал
Информационная	– каналы связи; – сети
Технологии	– программное обеспечение; – аппаратное обеспечение; – система обработки информации
Социально-психологическая	– социальное взаимодействие; – роли в системе управления; – психологические особенности

Следовательно, учитывая сущность и составляющие элементы любого организационно-экономического механизма, выделенные элементы системы внутренних коммуникаций предприятия, имеем возможность построить механизм управления коммуникациями предприятия (рис. 2), характеризующий взаимосвязи и взаимозависимости, а также характер влияния тех или иных элементов в управлении коммуникациями внутри предприятия.

Итак, под давлением различных факторов внешней среды на предприятии формируются входящие информационные потоки (трудовое законодательство, технологии управления, ресурсные и технологические ограничения, опыт, нормативы, информация о существующем программном и аппаратном обеспечении, а также общественные нормы, этические ограничения, стратегические цели предприятия, плановые объемы выпуска, обязательства предприятия и др.), которые, в свою очередь, влияют на субъект управления предприятием. При этом существуют также различные внутренние факторы (имеющиеся ресурсы и их качество, факторы мотивации руководства, сотрудников, акционеров и т.д.), которые прямо или опосредованно влияют на процесс принятия решений. В результате всех взаимодействий формируются исходящие информационные потоки, направленные на внешнюю среду (потребителей, партнеров, конкурентов, поставщиков, посредников и т.д.).

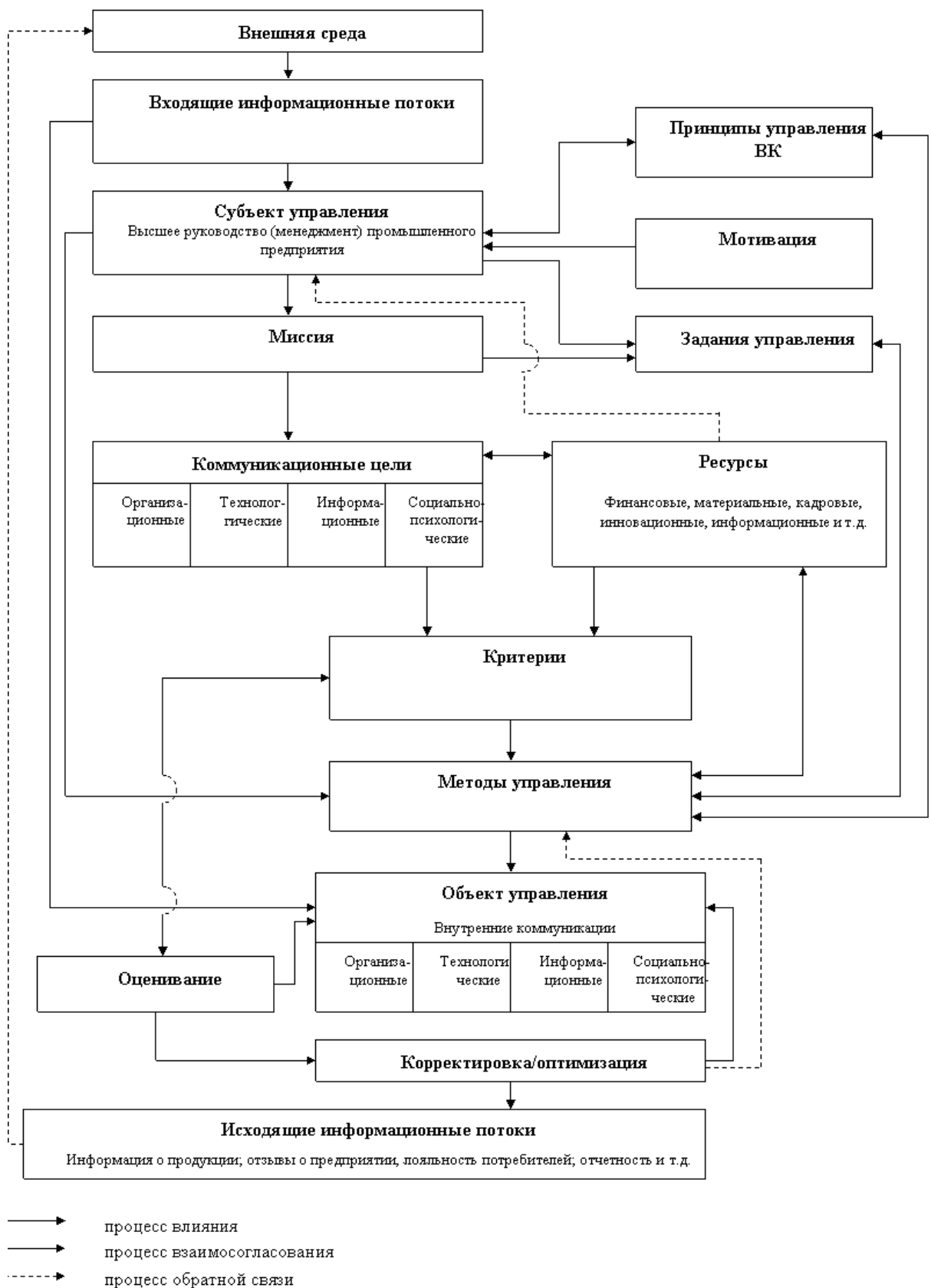


Рис. 2. Схема взаимосвязей элементов организационно-экономического механизма управления коммуникациями на промышленном предприятии

Учитывая тот факт, что качество обмена информацией может прямо повлиять не только на процесс формирования целей предприятия и степень их реализации, а и на эффективное функционирование предприятия на рынке, задачей эффективного управления является учет и минимизация влияния ряда факторов на процесс формирования и выбора целей, заданий, методов управления, процесс оценки эффективности коммуникационных процессов и принятие необходимых управленческих решений. Следовательно механизм управления внутренними коммуникационными процессами предприятия помогает более детально изучить все взаимосвязи, структурировать их и, соответственно, добиться максимально эффективной работы предприятия, ориентируя всех сотрудников на активное и целеустремленное развитие деятельности в условиях непрерывных изменений внешней среды.

Список литературы:

1. Балабанюк Ж.М. Механізм управління організацією: сутність поняття та пропозиції щодо оцінки його ефективності / Ж.М. Балабанюк // Вестник Хмельницького національного університета. – 2011. – № 5. – Т. 1. – С. 190-194
2. Гавриляк О. Організаційний механізм управління діяльністю підприємства / О. Гавриляк [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – URL: <http://kerivnyk.info/2012/04/gavryljak.html> (дата обращения 12.08.2013)
3. Дудукало Л.Є. Формування організаційно-економічного механізму ефективного управління підприємством / Л.Є. Дудукало, Г.О. Дудукало // [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – URL: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/evkpi/2012/6MO/41.pdf (дата обращения 13.08.2013)
4. Кириченко Л. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств / Л. Кириченко // Вестник КНЕУ. – 2009. - №1. – С. 62-66
5. Малицький А.А. Організаційно-економічний механізм управління підприємством: сутність та структура / А.А. Малицький [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – URL: <http://intkonf.org/malitskiy-aa-organizatsiyno-ekonomichniy-mehanizm-upravlinnya-pidpriemstvom-sutnist-ta-struktura/> (дата обращения 13.08.2013)
6. Мельник Л. Г. Экономика предприятия : учеб. пособие / под общ. ред. Л. Г. Мельника. – Сумы : Университетская книга, 2002. – 632 с.
7. Шпак Н.О. Основи комунікаційного менеджменту промислових підприємств : монографія / Н.О. Шпак. – Львов : Издательство Львовської політехники, 2011. – 328 с.