

Шапчіц І. Ю., ст.гр.М-14-1д, Воронкова В.Г., д. .ф..н., проф. – науковий керівник

КОНЦЕПЦІЯ СИСТЕМИ КОМУНІКАЦІЙ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Запорізька державна інженерна академія, кафедра МОУП

Глобальні екологічні проблеми, вирішення яких стосується світової спільноти, змушують змінювати не лише тип господарювання, а й світогляд. Сучасне виробництво, намагаючись відповідати екологічним цілям сьогодення, впроваджує нові досягнення науки та техніки стосовно охорони та збереження довкілля. Змінюється й управління промисловими підприємствами через удосконалення його інструментів, до яких відносять комунікації тощо. Складність та багатогранність поняття «комунікація», різноманіття її видів, типів та форм реалізації вимагають побудови системи, завдяки якій забезпечується отримання, рух та обробка інформації, що впливає на всі бізнес-процеси підприємства. Оскільки досліджуване поняття «система комунікацій» стосується управління, то далі дефініція «комунікація» буде розглядатися як прямий та зворотній рух потоків інформації між всіма зацікавленими сторонами по чітко встановлених каналах зв'язку. Питання про здійснення зовнішніх комунікацій можуть бути пов'язані із зміною зовнішнього середовища підприємства. Наприклад, із несумлінною діяльністю постачальників, партнерів та конкурентів, із зміною законодавчої бази країни, нестандартною поведінкою споживачів та ін. Ці проблеми передусім стосуються планування, організування, мотивування та контролю маркетингових комунікацій підприємства та можуть бути такими: відсутність чіткої системи маркетингових комунікацій підприємства (наприклад, безсистемне та непостійне ведення комунікаційного процесу із цільовими аудиторіями, внаслідок чого настає її зменшення, а отже, й зменшення прибутків); несвоєчасне укладання угод із партнерами, постачальниками та оптовими споживачами, що може призвести до збоїв у постачанні, псуванню й припиненню стосунків, що, у свою чергу, позначається на всіх сферах діяльності підприємства й становить фінансову загрозу його існуванню; нечіткі комунікаційні взаємодії в екстрених ситуаціях (наприклад, замовчування факту викидів виробництвом шкідливих речовин у навколишнє природне середовище, внаслідок чого, після викриття цього факту, псуються стосунки підприємства із контрагентами, що, у свою чергу, призводить до зменшення прибутків); порушення регламенту надання звітності до державних установ, що може призвести до накладання та стягування штрафів з підприємства, й внаслідок цього — до додаткового фінансового навантаження.

До внутрішніх комунікаційних недоліків можна віднести такі: погано організовані виробничі комунікації, що може призвести до збоїв у процесі виробництва, зриву поставок, невиконання умов договорів, а отже, й до додаткових фінансових втрат; загострення конфліктів при здійсненні неформальних комунікацій між співробітниками, що може призвести до збільшення плинності кадрів, що, у свою чергу, позначається на ефективності підприємства; слабку формалізацію вертикальних комунікацій, а саме: нерегламентований документообіг; дублювання функцій; суперечності в наказах та вказівках; хаотичність бізнес-процесів та ін., що також знижує ефективність діяльності підприємства. Вносити зміни у своє функціонування й бути інструментом реалізації комунікаційної політики підприємства. Заради ефективної реалізації комунікаційної політики підприємства необхідним є проведення аналізу організаційної структури, виявлення слабких сторін та впровадження заходів щодо її вдосконалення, що, у свою чергу, позитивно впливатиме на комунікаційні процеси підприємства.

Література:

1. Економіка підприємства / За загальною редакцією С. Ф. Покропівного — Львів:Видавництво "Магнолія плюс" / Видавець В. М. Піча, 2004.
2. Управління економічними та соціальними процесами підприємства: Монографія Харків: Вид. ХДЕУ, 2002.

