

УДК 007:061.5 (043.2)

Гордієнко Ю.С.

Національний авіаційний університет, Київ

ВНУТРІШНІ ТА ЗОВНІШНІ КОМУНІКАЦІЙНІ КАНАЛИ ПІДПРИЄМСТВА: АНАЛІЗ ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ

Ефективна робота організації залежить від багатьох факторів, серед яких важливе місце посідають результативні комунікаційні канали. Комунікація в організації – це інформаційна взаємодія, основною метою якої є донесення важливих відомостей до працівників в процесі здійснення їх функціональних обов'язків. Комунікаційні канали на підприємстві діють як засіб впливу на його внутрішнє та зовнішнє середовище і є одним із способів реалізації підприємства як суб'єкта господарювання на сучасному ринку. Тому дослідження ефективності внутрішніх та зовнішніх комунікаційних каналів підприємства є актуальним питанням сьогодення.

Особливості взаємодії внутрішніх та зовнішніх комунікаційних каналів підприємства та їх ефективність в організації розкривається в працях таких дослідників, як: Б. Адамс, М. Виноградський, Л. Дмитриченко, Т. Дрідзе, Е. Кассіер, М. Назаров, В. Різун, М. Туріянська, А. Химченко, О. Холод, та ін.

Внутрішні комунікації – це своєрідний рух інформаційних потоків, які функціонують між рівнями організації. Завдяки їх функціонуванню здійснюється ефективна співпраця між всіма підрозділами підприємства та співробітниками між собою. Внутрішні комунікації формують цілісний маркетинговий (корпоративний) імідж організації. Завдяки внутрішнім комунікаційним каналам здійснюється взаємний рух актуальної та суттєвої інформації між керівниками і підлеглими та між працівниками горизонтального рівня. Такі комунікації зазвичай мають на меті донести до колективу конкретні завдання, визначити пріоритети та очікувані результати, досягти визнання серед колег і виокремити проблеми та шляхи їх усунення задля досягнення найвищих результатів.

Зовнішні комунікаційні канали поширюються за межами організації і мають на меті певні впливові дії на ринкові суб'єкти. Для реалізації цих завдань використовуються різні засоби та способи, досліджується кон'юнктура ринку, формуються взаємовідносини на ринку та здійснюється управління ними. Зовнішні канали за своїм характером впливу поділяють на канали прямої та опосередкованої дії. Канали прямої дії (впливу) формують певні суб'єкти: клієнти, опоненти, постачальники, державні організації, фінансово-кредитні установи та інші зовнішні агенти. Канали непрямой дії мають вплив на організацію опосередковано через матеріально-технічне забезпечення, міжнародні відносини та інституції, інші чинники.

Таким чином, внутрішні та зовнішні канали є найефективнішими формами комунікаційної взаємодії, які прагнуть постійного вдосконалення та вироблення якісно нових наукових методик і конструктивних підходів щодо їх розвитку.

Науковий керівник: Божук Л.В., канд. істор. наук, доцент