

Бучнів М.М., Сучков І.О.

РОЛЬ ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ ПРОЦЕСІВ

Створення комунікаційного середовища є важливою складовою комунікаційної політики підприємства. Комунікативне середовище в такому контексті повинно поєднувати стійкість і динамізм, керованість та спонтанність, сучасний та попередній досвід, не обмежуючись тільки внутрішньою структурою організації. Комунікативне середовище – це, перш за все, соціальні норми, цінності, етико-моральні погляди, творча атмосфера тощо.

Наукова стаття присвячена дослідженню ефективних засобів комунікації в управлінні підприємством, які стають критично важливими для досягнення бізнес-успіху в умовах зростаючої конкуренції та технологічного прогресу. Дослідження акцентує увагу на різноманітних формах і напрямках комунікації, які впливають на внутрішні та зовнішні процеси в підприємствах. Зокрема, представлені основні інструменти сучасної комунікації, такі як електронна пошта, месенджери, відеоконференції, спільні платформи для документів, системи управління проектами, блоччейн-технології та чат-боти. Стаття також висвітлює значення чіткої і своєчасної комунікації для підвищення продуктивності працівників, зменшення конфліктів і непорозумінь, а також для покращення обслуговування клієнтів.

Окрему увагу приділено перевагам впровадження чат-ботів у бізнес-процеси, які здатні автоматизувати обслуговування клієнтів, підвищити якість комунікації та знизити навантаження на працівників. Зазначено, що ефективні комунікаційні стратегії забезпечують зростання лояльності клієнтів, сприяють залученню талановитих спеціалістів і зміцненню конкурентних позицій підприємства.

Стаття містить аналіз впливу комунікаційних практик на бізнес-показники, а також практичні рекомендації для впровадження інновацій у комунікаційних системах управління. В результаті обговорюється, як налагодження ефективних комунікацій може суттєво покращити загальну ефективність роботи підприємств і сприяти досягненню бізнес-цілей. Узагальнюючи, стаття підкреслює, що сучасні засоби комунікації не лише оптимізують внутрішні процеси, але й стають важливими компонентами стратегії управління, здатними забезпечити підприємству конкурентні переваги.

Ключові слова: *Комунікація, управління підприємством, бізнес-комунікація, комунікаційні інструменти, внутрішня комунікація, зовнішня комунікація, чат-боти, інформаційні технології, оптимізація процесів, інноваційні стратегії, мотивація, конкурентоспроможність.*

Вступ. В сучасному світі ефективні комунікації в управлінні підприємством визнаються одним із ключових чинників успіху та стійкого розвитку бізнесу. З урахуванням стрімкого темпу технологічного прогресу та зростання конкуренції, важливість правильної комунікації між усіма рівнями управління надбуває все більшої актуальності. Дослідження в галузі розвитку комунікацій в управлінні підприємством є важливим напрямком сучасної науки у сфері бізнесу та управління.

Комунікація в управлінні підприємством має різноманітні форми та напрями, які впливають на ефективність організації. Види комунікацій представляють собою ключові засоби взаємодії між учасниками управління на різних рівнях організації. Розуміння їхньої ролі та впливу допоможе нам у розвитку більш ефективних стратегій управління комунікаційними процесами в контексті підприємства.

Вагомий внесок у розвиток комунікацій в управлінні підприємством здійснили такі науковці, як Бебик В.М., Бурмака Т.М., Гришко К. О., Денисюк С. Г., Друкер П., Зарецька, Л.М., Маковецька І.М., Маркуц В.І., Невальонний Є.О., Хаммер М. та інші. Аналіз літературних джерел за напрямом [1-7] показав наявність глибоких напрацювань стосовно теми дослідження.

Метою дослідження є проведення аналізу та систематизація сучасних підходів до вдосконалення комунікаційних процесів у сфері управління підприємствами з метою виявлення оптимальних стратегій та інструментів, спрямованих на підвищення ефективності внутрішньої та зовнішньої комунікації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Походження терміну «комунікація» можна відслідкувати до латинського слова «Communis», що означає «загальне» - передача інформації та створення зв'язку між тими, хто її передає, та отримувачем. Ключові відмінності комунікації проявляються у їх структурних та процесуальних характеристиках. Ці відмінності визначають, як ефективно взаємодіють учасники комунікаційного процесу та як інформація передається та сприймається. Комунікація вкрай важлива для

управління підприємством, оскільки впливає на ефективність взаємодії між різними рівнями та підрозділами організації. Розуміння структурних та процесуальних аспектів комунікації дає змогу покращити спілкування та забезпечити краще розуміння між співробітниками, керівництвом та зовнішніми стейкхолдерами.

На сучасному етапі інформаційний та комунікаційний процес став важливою передумовою для успішної діяльності та розвитку будь-якого підприємства. Цей процес виступає як ключовий інструмент успішної реалізації виробничих завдань та досягнення поставлених цілей.

Основне завдання комунікативних систем полягає в забезпеченні ефективного обігу важливої та необхідної інформації всередині організації та, що є ще важливіше, в передачу цієї інформації зацікавленим сторонам, зокрема співробітникам. Ефективна система комунікації в організації є важливою для того, щоб функції різних відділів виконувались координовано та ефективно, а вироблені продукти або послуги максимально швидко доходили до кінцевих користувачів, тобто клієнтів. Від цього залежить успішність функціонування підприємства та його конкурентоспроможність на ринку [1].

Впровадження сучасних засобів комунікації в управлінні підприємством дозволяє оптимізувати внутрішні процеси, знижувати ризик інформаційних затримок та забезпечувати доступ до необхідних даних у режимі реального часу [2]. Розглянемо основні підходи та інструменти, які можуть бути використані для створення ефективної комунікаційної інфраструктури, а також їх вплив на загальний успіх управлінських стратегій.

Серед ефективних засобів комунікації, які можуть бути використані в управлінні підприємством, можна виділити наступні:

1. Електронна пошта: Широко вживаний інструмент для обміну інформацією, документами та швидкого обговорення питань.

2. Месенджери: Застосунки, такі як Slack, Microsoft Teams, або WhatsApp, забезпечують миттєве обговорення, обмін файлами та можливість створення груп для командної роботи.

3. Відеоконференції: Платформи, як Zoom, Google Meet, або Microsoft Teams, дають змогу проводити дистанційні зустрічі та презентації, що особливо актуально для віддалених команд.

4. Спільні платформи для документів: Google Docs, Microsoft OneDrive або Dropbox дозволяють кільком користувачам працювати над документами одночасно, що покращує координацію та взаємодію.

5. Системи управління проектами: Інструменти, такі як Trello, Asana чи Jira, допомагають командам організовувати завдання, відстежувати прогрес та забезпечувати прозорість у проектах.

6. Соціальні мережі для підприємств: Внутрішні соціальні платформи, такі як Yammer, можуть використовуватись для обміну новинами, інформацією та побудови корпоративної культури.

7. Блокчейн-технології: Для компаній, які потребують максимальної безпеки та прозорості, блокчейн може стати новим ефективним засобом комунікації для обміну інформацією.

8. Чат-боти та автоматизація: Використання чат-ботів для автоматизації рутинних запитів та комунікацій може зменшити навантаження на співробітників і пришвидшити відповідь на запити клієнтів.

9. Офлайн засоби: Зустрічі, семінари, тренінги та корпоративи залишаються важливими для побудови команди та зміцнення відносин між працівниками.

10. Вебінари та онлайн-курси: Вони можуть використовуватися для навчання співробітників та обміну знаннями, що сприяє розвитку їхніх професійних навичок.

Впровадження ефективних комунікацій на підприємстві має значний вплив на продуктивність. Зрозумілі та швидкі канали зв'язку зменшують час, необхідний для обміну інформацією, що призводить до швидшого прийняття рішень і зменшення затримок у виконанні завдань. Чітке спілкування допомагає уникнути непорозумінь і конфліктів серед співробітників, що знижує потребу в повторній роботі та додаткових узгодженнях.

Працівники, які мають можливість висловлювати свої думки і бути почутими, відчувають більшу залученість до процесів підприємства. Це підвищує їхню продуктивність і мотивацію. Ефективні комунікаційні канали дозволяють швидко реагувати на зміни в ринку або внутрішніх умовах, що є критично важливим для адаптації стратегій та підходів. Комунікація допомагає виявляти затримки і проблеми в процесах, що дає змогу оптимізувати робочі процедури, зменшуючи витрати часу і ресурсів.

Добре налагоджена комунікація між членами команди забезпечує кращу співпрацю, ведучи до створення інноваційних рішень і підвищення загальної продуктивності. Лідери, які володіють навичками ефективної комунікації, можуть краще мотивувати свою команду, чітко формулювати цілі й надавати зворотний зв'язок, що підвищує загальну ефективність роботи. Вчасна та зворотна комунікація може знижувати рівень стресу у працівників, оскільки вони знають, що можуть отримати підтримку і зрозуміти очікування.

Крім того, ефективна зовнішня комунікація з клієнтами покращує їхній досвід, що може призвести до збільшення лояльності та задоволеності. Компанії з налагодженою комунікацією мають більше шансів залучити талановитих професіоналів, що сприяє загальному розвитку і зростанню. У результаті, ефективне впровадження комунікаційних практик суттєво підвищує продуктивність, що сприяє досягненню бізнес-цілей та забезпеченню конкурентних переваг.

Загалом, ефективне впровадження комунікаційних практик в управлінні підприємством суттєво підвищує продуктивність, що у свою чергу сприяє досягненню бізнес-цілей і забезпеченню конкурентних переваг.

Ключові запропоновані завдання розвитку комунікацій підприємства наведені на рис.1.

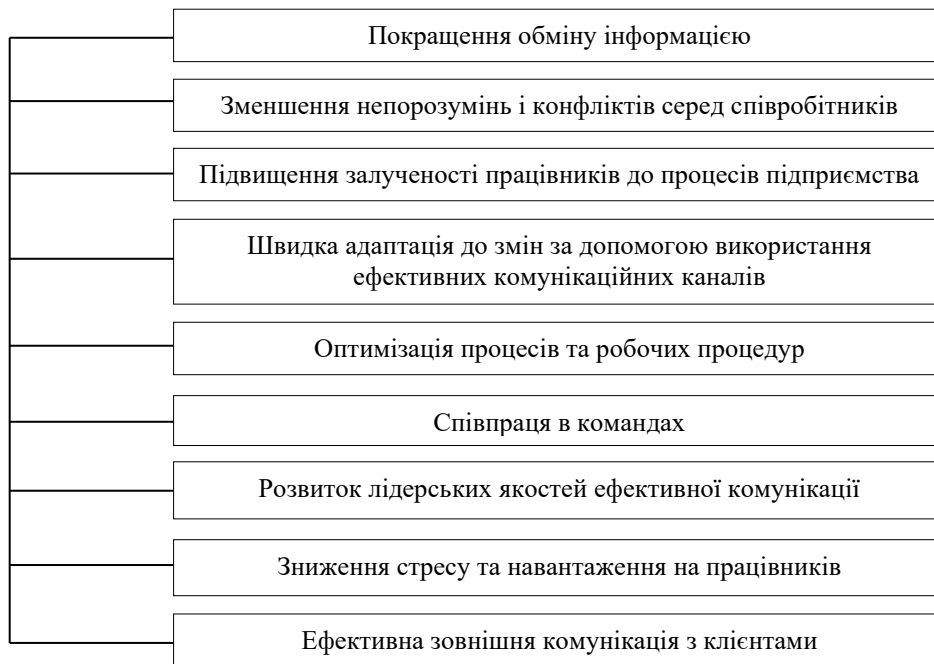


Рисунок 1 - Ключові завдання розвитку комунікацій підприємства

Джерело: сформовано автором

Використання технології чат-ботів у системі менеджменту підприємства має потенціал значно покращити ефективність бізнес-процесів і підвищити рівень обслуговування клієнтів. Чат-боти можуть автоматизувати обслуговування клієнтів, відповідаючи на поширені запитання стосовно продукції, акцій та умов доставки. Це дозволяє зекономити час менеджерів і забезпечити цілодобову підтримку, адже чат-боти здатні працювати безперервно, надаючи швидкі відповіді навіть у неробочий час.

Завдяки чат-ботам клієнти можуть отримувати актуальну інформацію про статус своїх замовлень, а також автоматичні сповіщення про підтвердження та доставку. Вони також можуть використовуватися для збору зворотного зв'язку - наприклад, проводити опитування для оцінки задоволеності клієнтів, що дозволяє краще розуміти їх потреби та покращувати сервіс.

Внутрішня комунікація в компанії також може бути покращена завдяки чат-ботам, які допомагають співробітникам у пошуку необхідної інформації, нагадують про важливі події чи терміни. Вони можуть сприяти координації завдань між відділами, що підвищує загальну продуктивність команди.

Не менш важливим є використання чат-ботів у маркетингових стратегіях. Вони можуть створювати персоналізовані пропозиції на основі даних клієнтів, а також інтегруватися з платформами соціальних мереж для спрощення маркетингових кампаній та взаємодії з потенційними покупцями.

Окрім цього, чат-боти здатні збирати і аналізувати інформацію щодо запитів і проблем клієнтів, що допомагає в ухваленні управлінських рішень на основі даних. Таким чином, впровадження чат-ботів у систему менеджменту може стати важливим кроком до автоматизації бізнес-процесів, поліпшення комунікації з клієнтами та підвищення їхньої лояльності, що зрештою призведе до збільшення прибутків компанії.

Вартість розробки чат-бота для Telegram або Viber, як і для будь-якого іншого програмного продукту, залежить від багатьох чинників. Найголовніше - це етапи, які будуть включені в проєкт створення бота.

Зазвичай проєкт складається з кількох ключових етапів:

- обговорення деталей проєкту та визначення основних цілей;
- аналіз бізнес-процесів, що підлягають автоматизації за допомогою чат-бота;
- розробка технічного завдання або блок-схеми логіки роботи бота;
- створення та вдосконалення системи управління логікою і контентом чат-бота;
- програмування чат-бота;
- наповнення бота змістом;
- розробка або налаштування API для інтеграції з зовнішніми сервісами для обміну даними;
- супровід проєкту;
- проведення тестування проєкту [3].

У останні роки кількість користувачів мобільного інтернету та час, проведений людьми в смартфонах, зростає стрімкими темпами. Наприклад, у 2018 році частка мобільного трафіку перевищила 53%, а в 2019 році зафіксовано приріст у 8%. Водночас, з 2016 року години, витрачені на спілкування через месенджери та соціальні мережі, зросли в чотири рази. Не використати цю тенденцію для розвитку бізнесу було б великою помилкою, тому чат-боти у сфері послуг швидко набирають популярність.

На сьогодні цю технологію переважно використовують великі компанії у сегменті B2B, які становлять 58% користувачів, тоді як на сегмент B2C припадає 42%. Проте в найближчій перспективі ця ситуація має всі шанси змінитися, оскільки ефективність залучення до міні-розмов з потенційними клієнтами за допомогою чат-ботів уже доведена [3].

Наприклад, лише 20% людей реагують на електронні розсилки, тоді як 50%, а в деяких випадках до 85%, відповідають на повідомлення, отримані через месенджери або соцмережі. Ця різниця пояснюється тим, що чат-боти репрезентують себе не як спам, а як співрозмовники, здатні вести невимушений, не нав'язливий діалог.

Використання такого інструменту комунікації є ефективним як для великих, так і для малих підприємств, де обмежені ресурси і чисельність співробітників. Впровадження чат-ботів у месенджерах, соціальних мережах, мобільних додатках або на корпоративних сайтах є відносно недорогим, особливо з огляду на швидке зростання аудиторії, поліпшення рівня обслуговування та економію робочого часу [4].

Основні аргументи на користь введення чат-ботів у сфері послуг включають: низьку якість організації юзабіліті сайту, де відвідувачі не можуть швидко знайти потрібну інформацію; зниження конверсії від e-mail-розсилок; високий рівень зайнятості співробітників рутинними задачами, які можна автоматизувати; тривалі та непродуктивні комунікації потенційних клієнтів з операторами; а також велику кількість заявок і повідомлень у месенджерах і соцмережах, обробка яких займає багато часу, що негативно впливає на якість обслуговування [3,4].

Впровадження чат-ботів у сфері послуг приносить багато переваг, зокрема автоматизацію робочих процесів та оптимізацію бізнес-операцій. Чат-боти забезпечують новий формат комунікації з клієнтами в режимі онлайн, здатні відповідати на запитання і вирішувати проблеми навіть уночі або у святкові дні, що суттєво підвищує рівень обслуговування.

Вони також розширюють маркетингові можливості, адже особистісне спілкування охоплює конкретні запити клієнта, що призводить до зростання конверсії цільових дій, таких як переходи на сайт, заявки чи покупки. Це дозволяє значно поліпшити ефективність CRM-системи.

Наведемо основні аспекти аналітики бізнес-процесів для впровадження чат-бота щодо його ефективної реалізації на підприємстві (рис.2).

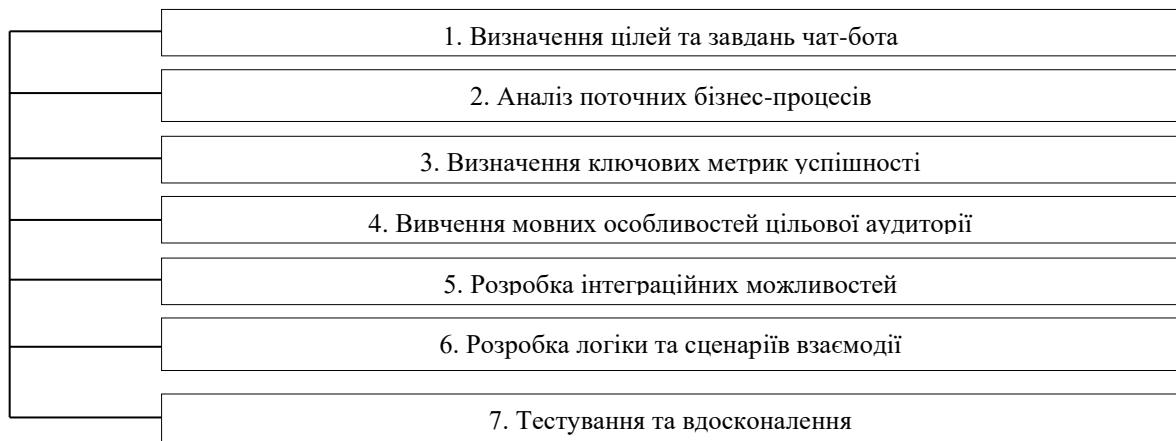


Рисунок 2 - Основні аспекти аналітики бізнес-процесів для впровадження чат-бота в діяльність підприємства
Джерело: складено автором за даними [3,4]

Також, створення власного веб-сайту та сторінки компанії в соціальних мережах є ефективним і економічно вигідним способом реклами. Веб-сайт дозволяє представити продукцію, надати детальну інформацію про компанію, доступні послуги, а також забезпечити зручні канали для зв'язку з потенційними клієнтами. Сайт також може включати елементи електронної комерції, що дозволить збільшити продажі та розширити ринок збуту.

Створення сторінки в соціальних мережах є ще одним доступним методом просування. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram або TikTok, надають можливість безпосередньо взаємодіяти з аудиторією, ділитися новинами, акціями та цікавими матеріалами, що може підвищити впізнаваність бренду та привернути нових клієнтів.

Ці методи не лише дозволять знизити витрати на рекламу, а й забезпечать ефективний зв'язок з цільовою аудиторією, покращуючи загальний імідж компанії. У сучасному динамічному бізнес-середовищі важливо створювати присутність онлайн, що дозволить сучасному підприємству залишатися конкурентоспроможним і задовольняти потреби споживачів.

Висновки. Ефективні засоби комунікації в управлінні підприємством, є одним з ключових чинників для досягнення успіху в умовах сучасного динамічного бізнес-середовища. Налагоджені комунікаційні процеси не лише сприяють покращенню внутрішнього управління, але і забезпечують високий рівень обслуговування клієнтів, що є вирішальним для конкурентоспроможності підприємства.

Проведений аналіз показує, що впровадження сучасних технологій, таких як електронна пошта, месенджери, відеоконференції та чат-боти, суттєво оптимізує інформаційні потоки, знижує ризики затримок у

комунікації та покращує координацію між співробітниками. Це призводить до підвищення продуктивності, залученості працівників і, як наслідок, їхньої мотивації.

Використання чат-ботів в процесах управління проявляється як ключовий інструмент для автоматизації обслуговування клієнтів та оптимізації внутрішніх комунікацій, що дозволяє підприємствам оперативно реагувати на запити та зміни в зовнішньому середовищі. Таке впровадження не лише підвищує ефективність роботи, але й створює нові можливості для збільшення клієнтської лояльності та розширення ринку.

Отже, дослідження підкреслює, що для досягнення стабільного розвитку та успішної діяльності підприємств необхідно активно впроваджувати і вдосконалювати комунікаційні стратегії. Нинішні виклики бізнес-середовища та постійно змінювані технологічні умови вимагають від підприємств сприйняття інновацій та адаптації до нових способів взаємодії. Саме в цьому контексті ефективні комунікаційні практики можуть стати основою для зростання, успіху й конкурентоспроможності сучасного бізнесу.

Література

1. Ільченко Т. В. Актуальні аспекти формування ефективної маркетингової комунікаційної політики підприємства // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2018. Вип. 18(2). С. 29-33.
2. Діленко Р. О. Тенденції розвитку комунікацій в підприємстві. Чернівці: ЧДУ, 2021. 190 с.
3. Вартість розробки чат-бота для телеграм, viber, fb messenger [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://gerabot.com/prices>.
4. Аналітика бізнес-процесів для впровадження у чат-бот [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://gerabot.com/article/analitika_biznesprocesiv_dlya_vprovadzheniya_u_chatbot.
5. Глебова А. О., Кравченко В. В. Розвиток цифрових комунікацій в умовах діджиталізації економіки України: проблеми та можливості // Ефективна економіка. 2021. № 9. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9277>.
6. Дуднік О. В. Ефективність комунікацій у менеджменті. Львів: ЛНУ, 2020. 200 с.
7. Недооцінка важливості комунікації: Помилки, які руйнують клієнтський досвід [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://sitniks.ua/blog_post/nedoocinka-vazhlyvosti-komunikaciyi-pomylky-yaki-ruynuyut-kliyentskyj-dosvid/.

References

1. Ilchenko T. V. Aktualni aspekty formuvannya efektyvnoi marketynhovoї komunikatsiinoї polityky pidpryiemstva // Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya «Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo». 2018. Vyp. 18(2). S. 29-33.
2. Dilenko R. O. Tendentsii rozvytku komunikatsii v pidpryiemnytstvi. Chernivtsi: ChDU, 2021. 190 s.
3. Vartist rozrobky chat-bota dlia telehram, viber, fb messenger [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <https://gerabot.com/prices>.
4. Analitika biznes-protsesiv dlia vprovadzhenia u chat-bot [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: https://gerabot.com/article/analitika_biznesprocesiv_dlya_vprovadzheniya_u_chatbot.
5. Hliebova A. O., Kravchenko V. V. Rozvytok tsyfrovyykh komunikatsii v umovakh didzhitalizatsii ekonomiky Ukrainy: problemy ta mozhlyvosti // Efektyvna ekonomika. 2021. № 9. [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9277>.
6. Dudnik O. V. Efektyvnist komunikatsii u menedzhmenti. Lviv: LNU, 2020. 200 s.
7. Nedoocinka vazhlyvosti komunikatsii: Pomylky, yaki ruynuiut kliientskyi dosvid [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: https://sitniks.ua/blog_post/nedoocinka-vazhlyvosti-komunikaciyi-pomylky-yaki-ruynuyut-kliyentskyj-dosvid/.

Creating a communication environment is essential to the enterprise's communication policy. In this context, the communication environment should combine stability and dynamism, manageability and spontaneity, and current and previous experience and not be limited to the organization's internal structure. The communication environment includes, first of all, social norms, values, ethical and moral views, a creative atmosphere, etc.

The scientific article is devoted to studying effective means of communication in enterprise management, which are becoming critically important for achieving business success in the face of growing competition and technological progress. The study focuses on various forms and directions of communication that affect internal and external processes in enterprises. In particular, the main tools of modern communication are presented, such as e-mail, instant messengers, video conferences, shared document platforms, project management systems, blockchain technologies, and chatbots. The article also highlights the importance of clear and timely communication to increase employee productivity, reduce conflicts and misunderstandings, and improve customer service.

Particular attention is paid to the benefits of implementing chatbots in business processes, which can automate customer service, improve the quality of communication, and reduce the burden on employees. Effective communication strategies ensure increased customer loyalty, help attract talented specialists, and strengthen the enterprise's competitive position.

The article analyzes the impact of communication practices on business indicators and provides practical recommendations for implementing innovations in communication management systems. It discusses how establishing effective communications can significantly improve enterprises' overall efficiency and contribute to achieving business goals.

In summary, the article emphasizes that modern means of communication optimize internal processes and become essential components of the management strategy that can provide the enterprise with competitive advantages.

Keywords: *Communication, enterprise management, business communication, communication tools, internal communication, external communication, chatbots, information technology, process optimization, innovation strategies, motivation, competitiveness.*

Бучнів М.М. - к.е.н., доц., доцент кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу, факультету економіки і управління СНУ ім. В. Даля; buchnev@snu.edu.ua

Сучков І.О. - аспірант 1 курсу за спеціальністю “Менеджмент” СНУ ім. В. Даля; super.suchkov8025@gmail.com