

АРТАМОНОВА

Наталія Савівна
nsart@ukr.net

УДК 005.2:316.775.2

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
В УПРАВЛІННІ МОНО- ТА МЕГАСТРУКТУРНИХ СУБ'ЄКТІВFEATURES OF COMMUNICATIVE TECHNOLOGIES USING IN MONO-
AND MEGA STRUCTURAL SUBJECTS MANAGEMENTк.е.н., доцент, Одеський
національний політехнічний
університет

Розглянута сутність комунікативного менеджменту в контексті впровадження сучасних технологій у практику управління і адміністрування. Вказана сутність комунікативної політики компанії та особливості реалізації комунікативної стратегії у моно- та мегаструктурних суб'єктах. Обґрунтовано необхідність та розкрито можливості залучення комунікативних інструментів в управлінні і адмініструванні, таких як Е-послуги та краудінструменти для забезпечення стабільного розвитку бізнес-середовища, регіонів, держави та приєднання до європейських стандартів процесу управління.

* * *

Рассмотрена сущность коммуникативного менеджмента в контексте внедрения современных технологий в практику управления и администрирования. Определены суть коммуникативной политики компании и особенности реализации коммуникативной стратегии в моно- и мега структурных субъектах. Обоснована необходимость и раскрыты возможности внедрения коммуникативных инструментов в управлении и администрировании, таких как, Е-услуги и крауд-инструменты для обеспечения стабильного развития бизнес среды, регионов, государства и присоединения к европейским стандартам управления.

* * *

The essence of communicative management is considered in the context of introduction of modern technologies in practice of management and administration of economic, social, political processes, leaning against experience of the developed countries. An aim of work is research of influence of communicative technologies on providing of effective management the subjects of different levels. Certain essence of communicative politics of company and feature of realization of communicative strategy in mono and mega structural subjects. Possibility of the use of informatively administrative and crowd technologies is reasonable for providing of effective communications on the different levels of acceptance of administrative decisions. A necessity and possibilities of introduction of communicative instruments and reasonable, such as: E-service, crowd tools for stable development business environment, regions, state and tacking to the European standards of management. They will provide possibility of access to the quality products investing expert estimation of economic, ecological efficiency of administrative decisions. Introduction of communicative technologies will be provided receipt of synergetics effect taking into account economic, social and legal constituents. The chart of introduction of communicative instruments is presented in practice of administrative decisions. Introduction of communicative technologies will provide creation of bank of innovative ideas, forming of command of experts, search of possibilities for investing of the real projects in social, economic, ecological and humanitarian spheres of vital function.

Ключові слова: комунікативна політика, комунікативна стратегія, моно- та мегаструктурні суб'єкти, комунікативні технології, інформаційно-адміністративні послуги, краудінструменти

Ключевые слова: коммуникативная политика, коммуникативная стратегия, моно- и мегаструктурные субъекты, коммуникативные технологии, информационно-административные услуги, краудинструменты

Keywords: communicative politics, communicative strategy, mono and mega structural subjects, communicative technologies, informatively-administrative service, crowd tools

ВСТУП

Сучасні комунікативні технології є важливою складовою управлінської діяльності, впровадження яких має на меті: забезпечення взаєморозуміння окремими соціальними інституціями (організаціями) як моноструктурними, так і мегаструктурними; застосування сукупності накопичених у світовій практиці принципів, методів, інструментів та форм впливу комунікаторів на зміст потоків інформаційної взаємодії між людьми, групами, громадськими та політичними формуваннями, бізнес-структурами в процесі спілкування для досягнення цілей та завдань, ефективних управлінських рішень. Управляти комунікаціями означає:

- визначати цілі комунікацій;
- визначати шляхи та конкретні дії щодо їх досягнення;
- організувати, координувати та контролювати

процеси взаємодії комунікаторів (як окремих осіб, групи осіб, технічних, соціальних, політичних засобів для забезпечення комунікативного процесу).

Тому, комунікативний менеджмент – це суто управлінський процес, що має постійно розвиватись та поповнюватись інноваційними методами підтримки та впровадження сучасних комунікаційних технологій.

Комунікативні технології мають виконувати важливі функції, а саме:

- аналітично-прогностичну (аналіз, прогнозування, виявлення тенденцій);
- організаційно-управлінську (оперативне опрацювання управлінських рішень);
- комунікативно-інформаційну (досягнення взаєморозуміння, забезпечення інформацією);
- консультативно-методичну (розуміння наслідків застосування методів використання інформаційних ресурсів).

МЕТА РОБОТИ

Метою роботи є дослідження впливу комунікативних технологій на забезпечення ефективного управління моно- та мегаструктурними суб'єктами.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є праці вітчизняних і зарубіжних вчених, матеріали конференцій та наукових статей зазначеного напрямку. При проведенні дослідження використовувались методи аналізу і синтезу, порівняння та узагальнення, системний підхід.

РЕЗУЛЬТАТИ

Світова практика управління комунікативними процесами має значний арсенал принципів, методів та засобів для вирішення нагальних соціальних питань на різних рівнях взаємодії як в організаціях (бізнес-структурах), так і на рівнях політичних, урядових та інших. Комунікації вбудовані в усі види управлінської діяльності, сутність якої пов'язана з необхідністю постійної координації роботи підрозділів організації. Вертикальні та горизонтальні комунікації мають суттєве значення для функціонування організації. Вони створюють каркас комунікативної мережі організації, а саме, вертикальні зв'язки реалізують ієрархичний принцип будови організації, а комунікації горизонтальні реалізують координаційні принципи.

Комунікативна політика компанії – є сукупність запланованих або незапланованих повідомлень (меседжів) організації, які вона поширює у внутрішньому та зовнішньому середовищі, тобто, це система заходів щодо вирішення конкретних цілей організації: підтримка попиту, створення репутації, підтримка дій для забезпечення бажаного іміджу. В комунікаційній політиці виділяють напрями комунікативної стратегії, а саме: взаємодію з персоналом, ЗМІ, споживачами, інвесторами та фінансовими інституціями, з органами влади (лобіювання); зв'язки з контактними групами; екологічні зв'язки; кризові комунікації [1].

Реалізація комунікативної стратегії моно- або мегаструктурних суб'єктів потребує сучасних комунікативних інструментів, що застосовуються на базі сучасних інформаційних технологій і забезпечують різні суб'єкти публічного управління та бізнес-структур інформацією, електронними послугами, інвестуванням, експертними оцінками ефективності політичних, соціальних та бізнес-проектів.

Для моноструктур притаманні спрощені зв'язки, відносно низький рівень диверсифікації виробництва продукції, робіт, послуг та не високий, але, здебільшого, стабільний рівень соціально-економічного розвитку з незначними ризиками прояву кризи. Мегаструктури, навпаки, мають розвинені зв'язки із внутрішнім та зовнішнім середовищем, високий рівень диверсифікації, що мав би забезпечити економічне зростання, але існують великі ризики втрати фінансової стабільності як на базовому (виробничому) рівні, так і на рівні регіонального розвитку. Тому, сучасні комунікативні технології мають стабільний розвиток бізнес-середовища, регіонів та держави, в цілому, бо саме

вони притаманні впровадити новітні технології управління і адміністрування, забезпечити фінансування, отримати своєчасну та професійну експертну оцінку економічної та екологічної ефективності управлінських рішень різного рівня.

Дослідження свідчать, що існують напрями визначення сутності комунікативних технологій [2], а саме:

- управлінський, як засіб вирішення завдань управлінського характеру та механізм впровадження управлінських рішень;
- фінансово-економічний, як засіб реалізації між-суб'єктних відносин економічного спрямування;
- маркетинговий, як модель взаємодії суб'єктів ринкових відносин;
- інформаційний, як спосіб обміну інформацією та управління знаннями, впровадження яких призведуть до синергетичного ефекту, враховуючи соціальні, екологічні, правові складові.

Отже, розглянемо можливості сучасних інформаційно-адміністративних та краудсорсингових технологій для забезпечення ефективних комунікацій на різних рівнях взаємодії владних структур, бізнесу та громадянського суспільства. До них відносяться: електронні адміністративні послуги (Е-послуги) – “єдине вікно”, “єдиний офіс”, “універсам послуг”, “електронне місто”, “електронний уряд” та інструменти краудсорсингу (crowd tools) (рис. 1).

«Електронними послугами є різні види матеріальних і нематеріальних послуг, що надаються в електронній формі з використанням інформаційних комп'ютерних технологій (ІКТ), включаючи Інтернет». Також, під електронними послугами розуміють державні та муніципальні послуги, для надання яких використовуються ІКТ. Стосовно бізнесу, основними факторами успіху є швидкість та точність збору, обробки та передачі інформації і можливості ІКТ тут практично необмежені [4]. Враховуючи те, що користувачами послуг в електронному вигляді є підприємства, установи та організації, домашні господарства та громадяни, то даний вид послуг є багатофункціональним, за своєю суттю, і має багатопрофільний напрям. Впровадження послуг в електронному вигляді дало змогу бізнесовим організаціям змінити традиційні послуги, відділити їх від виробника, транспортувати їх на відстані та з низькими матеріальними витратами зберігати на електронних носіях, обмежити особистий контакт з клієнтами.

Адміністративні послуги в електронному вигляді – це ті послуги, які надаються за допомогою системи «Електронний Уряд», що забезпечує інформаційну взаємодію органів виконавчої влади між собою, з громадянами та юридичними особами на основі сучасних інформаційних технологій [5]. Згідно з «Порядком надання інформаційних та інших послуг з використанням електронної інформаційної системи «Електронний Уряд» є чотири основні розділи: послуги для громадян, послуги для державних службовців, послуги для юридичних осіб та послуги для представників міжнародної спільноти.

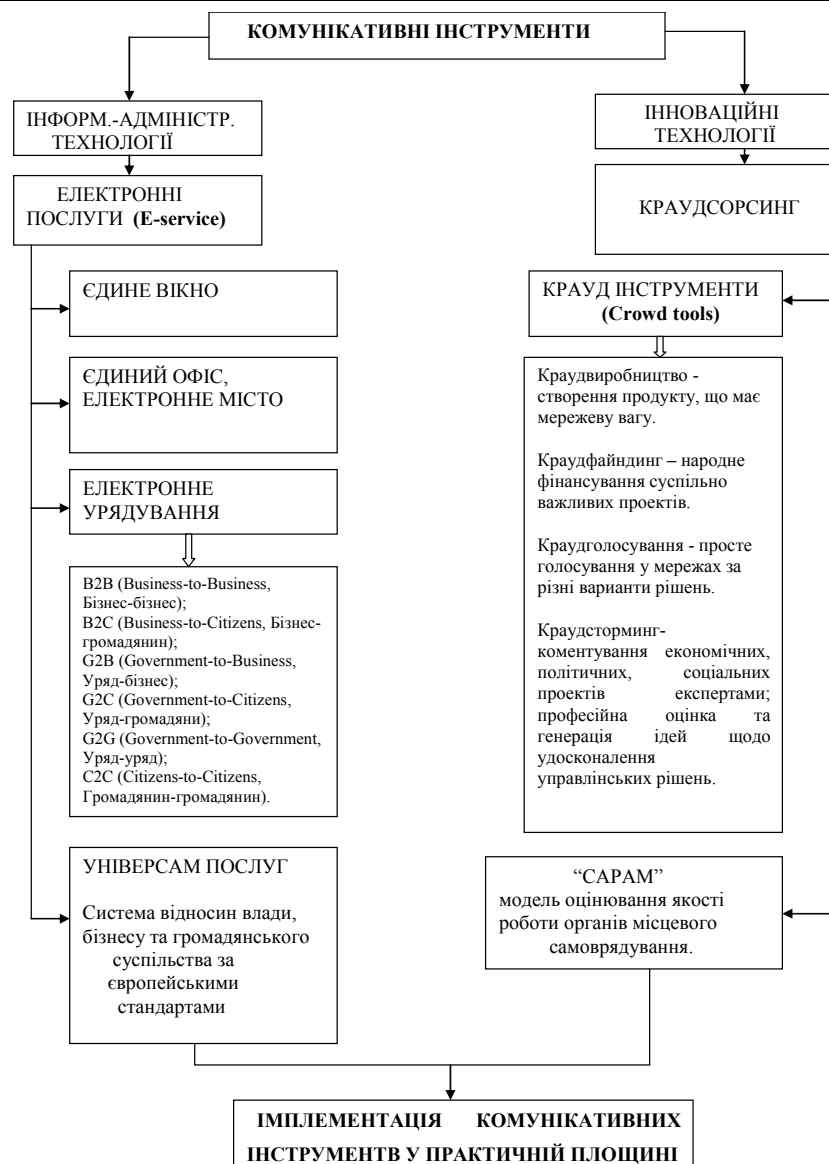


Рис. 1. Сучасні інструменти комунікативних технологій

Вони надаються за такими комунікативними сполученнями:

- B2B (Business-to-Business, Бізнес-бізнес) передбачає насамперед різні способи електронної взаємодії між бізнесовими організаціями;
- B2C (Business-to-Citizens, Бізнес-громадянин) характеризується тим, що споживачем послуги є приватна особа, яка, наприклад, здійснює продаж товарів та послуг через Інтернет;
- G2B (Government-to-Business, Уряд-бізнес) – обслуговування державного замовлення, бізнес-структури зможуть прийняти участь у тендері електронним способом;
- G2C (Government-to-Citizens, Уряд-громадянин) – різні види адміністративних послуг в електронному вигляді населенню;
- G2G (Government-to-Government, Уряд-уряд) – обмін даними через електронні обмінники між урядовими суб'єктами;
- C2C (Citizens-to-Citizens, Громадянин-громадянин) – електронні аукціони, дошки об'яв та інше.

В інформаційному та законодавчому просторі дуже часто використовуються терміни “єдине вікно”, “єди-

ний офіс”, принцип організаційної єдності. Однак, треба чітко розуміти саму суть цих термінів та різницю між ними, щоб не використовувати їх у випадках, де цього робити не можна.

Терміни “єдине вікно” та “єдиний офіс” почали використовувати в 2002-2004 рр. при започаткуванні принципово нової системи обслуговування місцевою владою суб'єктів господарювання задля видачі їм дозвільних документів. Тоді у ці поняття вкладалася ідея об'єднання усіх дозвільних служб в одному приміщенні, чим вагомо спрощувалось життя підприємцям при проходженні дозвільно-погоджувальних процедур.

Життя висувало різні варіанти реформ, але об'єднання “дозвільних” посадовців під одним дахом було найвдалішим. Ефект від цих ініціатив дав змогу в 2-3 рази скоротити грошові та часові витрати підприємців, які зверталися до “єдиних вікон” та “єдиних офісів”, експериментально створених при місцевих та райдержадміністраціях.

Принцип організаційної єдності поширюється на всі види документів дозвільного характеру, що видаються місцевими органами, і, за своєю суттю, полягає у фактичному об'єднанні принципів “єдиного вікна”

та "єдиного офісу".

Нині є прагнення розвивати систему взаємовідносин влади, бізнесу та населення, поширюючи європейські стандарти та вітчизняні напрацювання не лише на обслуговування підприємницького загалу, а й решти громадян. Для цього передбачено створення та функціонування "універсамів послуг", тобто пропонується поширити принцип "єдиного офісу" і на сферу надання адміністративних послуг, що надасть помітного поштовху у розбудові цієї системи та максимально наблизить цю сферу до громадян. Вищенаведені моделі та підходи вже набули практичного розвитку в країнах ЄС. Налагоджені комунікації між органами державної влади та населення, змога громадян брати активну участь у прийнятті управлінських рішень за допомогою сучасних геоінформаційних технологій, систем типу «електронне місто», запровадження системи «єдиного вікна» підвищує якість роботи органів виконавчої влади та спрощують процедуру надання адміністративних послуг. Наприклад, модель «САРАМ» була розроблена для оцінювання якості роботи місцевих органів влади, і визнана інноваційною розробкою у сфері управління.

Одним із актуальних комунікативних інструментів у сучасному житті розглядається краудсорсинг, який передбачає застосування колективного інтелекту та синергію взаємодії великої кількості людей. Він дозволяє агрегувати інформацію, досвід, знання, прогнози, пропозиції, оцінки експертів на рішення та дії влади різних рівнів щодо функціонування бізнес-середовища та громадянського суспільства задля забезпечення прозорості керування, якості політичних, економічних проектів та запобігання антикорупційним діям [3; 6].

Сучасні можливості інформаційних мереж дозволяють впроваджувати та розвивати різноманітні інноваційні технології краудсорсингу, а саме:

- краудвиробництво, тобто створення продукту, який має певну мережеву вагу, наприклад, рекламний або програмний продукти тощо;
- краудфайндінг – народне фінансування, тобто ідея, що передбачає відкритий пошук джерел фінансування серед широких кіл населення;
- краудголосування, що передбачає просте голосування у мережах за різні варіанти рішень, що пропонуються суспільству, та дозволяє зробити остаточне рішення прогнозованим та очікуваним суспільством;
- краудстормінг, який передбачає коментування економічних, політичних, соціальних проектів експертами, всебічну професійну оцінку та генерацію ідей щодо удосконалення управлінських рішень.

Головною мотиваційною складовою для участі у таких краудпроектах є

бажання суттєво поліпшити якість товарів, робіт, послуг, самореалізація, лідерство, визнання з боку колег. Впровадження крауд-інструментів в системі управління моно- та мегаструктурами можливе при наступних умовах:

- 1) краудсорсинг не повинен розглядатися як політична компанія для суто формального впровадження інновацій;
- 2) передбачається активний режим роботи, а саме: щоденний моніторинг пропозицій, що поступають на

розгляд; постійний діалог з експертами; забезпечення прозорості результатів обговорення;

- 3) залучення спеціалістів, що володіють методологією, технікою краудсорсингу, програмами і засобами щодо безпеки на всіх етапах моделювання, прийняття та виконання рішень.

При виконанні вищезазначених умов, застосування комунікаційних технологій зможе забезпечити:

створення банку інноваційних реалістичних ідей; формування команди професійних експертів; оптимізацію термінів пошуку новітніх рішень та підготовки документів, що мають принципове суспільне та професійне значення;

підвищення ефективності бюджетних витрат за рахунок використання колективного розуму; позитивний управлінський імідж за рахунок впровадження сучасних управлінських технологій.

ВИСНОВКИ

В результаті проведених досліджень розглянуто можливість застосування сучасних інформаційно-адміністративних та краудсорсингових технологій для забезпечення ефективних комунікацій на різних рівнях прийняття управлінських рішень. Подальші дослідження у цьому напрямі мають суттєво розширити можливість застосування комунікативних інструментів, виходячи з орієнтації на приєднання України до світового та європейського простору, де активність громадян, суспільна експертиза та ефективний контроль є невід'ємною складовою процесу прийняття важливих стратегічних рішень.

Список використаних джерел

1. Власюк Г.В. Коммуникационный менеджмент. М.: МИИТ, 2011. 186 с.
2. Боднар А.В. Інформація і комунікації в управлінні підприємством. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. Вип. 3, Т. 2. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua> (дата звернення 01.10.2018).
3. Артамонова Н.С. Впровадження інноваційних комунікативних інструментів в практику сучасного публічного адміністрування. 36. Статей ННЦ "Знання". Харків, 2016. Т. 2. с. 164-168.
4. Чемоданова О.Н. Коммуникационный менеджмент как фактор повышения эффективности современной организации. Управленческие науки. М.: CIBERLENINKA, 2013.
5. Концепція розвитку електронного урядування в Україні. URL: <http://www.dki.org.ua> (дата звернення 13.08.2018).
6. Краудфандинг для бізнесу. URL: msb.aval.ua/ru/news/?id=24794.

References

1. Vlasjuk H.V. Communication of management. Moscow: MIIT, 2011, 186 p. (in Russian)
2. Bodnar A.V. Information and communication in enterprise management. Marketing and management innovation 2011. Issue 3, Vol. 2. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua> (in Ukrainian)
3. Artamonova N.S. Introduction of innovative communicative instruments in practice of public administration. SRC "Znaniye". Kharkiv, Vol. 2. 2016. p. 164-168. (in Russian)
4. Chemodanova O.N. Communication management is efficiency factor in the modern organization. Management science. Moscow: CIBERLENINKA, 2013. (in Russian)
5. The concept of development e-government in Ukraine. URL: <http://www.dki.org.ua> (in Ukrainian)
6. Crowdfunding for business. URL: msb.aval.ua/ru/news/?id=24794 (in Russian)