

ЛУКАЧІНА Є.І., МОКІЙ О.О., здобувачі вищої освіти  
 Науковий керівник – ГУСАКОВСЬКА Т.О., к.е.н, доцент,  
 доцент кафедри менеджменту,  
 ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава

## СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Поняття «стратегічні комунікації» активно почало використовуватись в урядових організаціях США, зокрема в Державному департаменті та Департаменті оборони [1].

Стратегічна комунікація стосується вироблення політики та керівництва для послідовної інформаційної діяльності в організації та між організаціями. Таким чином, вона за своєю суттю мультидисциплінарна, оскільки робота в цій галузі спирається на дослідження з широкого спектру інших сфер, включаючи зв'язки з громадськістю, маркетинг, рекламу та управління. Ця сфера включає дослідження, які намагаються пояснити поняття стратегічної комунікації для науковців чи практиків.

Комунікація є стратегічною, коли вона повністю відповідає місії, баченню, цінностям організації та здатна посилити її стратегічне позиціонування та конкурентоспроможність. Важливо зрозуміти концепцію комунікаційної стратегії, її слід розглядати з точки зору стратегії організації [2].

Стратегічна комунікація повинна відповідати характеру організаційної комунікації в цілому, а стратегічна комунікація зокрема визначається як цілеспрямоване використання комунікації організацією для виконання своєї місії.

Стратегічні комунікації - це процес, який включає не тільки комунікаторів, але і гравців з інших сфер діяльності організації. Комунікатор допомагає в здійсненні низки процесів, що дуже рідко є «власністю» одного підрозділу, тобто комунікація забезпечує координацію діяльності та взаємодії різних підрозділів організації, оптимізує інформаційні потоки в ній [3, 4].

Слід однак зазначити, що немає єдиного фахівця, який би розбирався у всіх сферах діяльності організації, тому процес відбувається як дискусія і синхронізація того, які цілі повинні бути досягнуті. Це означає, що будучи комунікатором - тобто однією з частин великого процесу стратегічних комунікацій - фахівець повинен залучатися до діяльності все більшого числа інших фахівців для розуміння загальної картини і залучати інших, щоб вони могли краще розуміти комунікаційний аспект всього проекту.

Існує багато різних типів і різновидів комунікації. Розгляньмо основні їх відмінності.

Внутрішня комунікація — повідомлення, що створюються та передаються всередині групи людей або організацій, так звана корпоративна комунікація. Зовнішня комунікація — це система заходів з надання інформації, що мають на меті вплив на розуміння, сприйняття, очікування і поведінку цільової аудиторії відповідно до місії та цілей організації або проекту. Важливо

відзначити та пам'ятати, що кінцевою метою комунікації є вплив на поведінку цільової аудиторії. У цьому полягає головна відмінність між комунікацією і звичайною розмовою або бесідою.

Таким чином, стратегічне управління комунікацією можна визначити як систематичне планування та реалізація потоку інформації, комунікації, розвитку медіа та підтримку іміджу у довгостроковому періоді. Воно забезпечує передачу повідомлення через найбільш оптимальні засоби масової інформації до визначеної аудиторії у відповідний час, щоб сприяти та досягти бажаного довгострокового ефекту. Управління комунікаціями - це створення процесів. Воно покликане привести у рівновагу три фактори: повідомлення, медіа-канал та аудиторію.

Крім того, стратегічні комунікації працюють на інтеграцію персоналу, в першу чергу на чолі з комунікатором, і синтезують всі питання перед тим, як вони лягають на стіл керівнику, і таким чином надають рекомендації по всім діям, які ведуть до досягнення загальних цілей і завдань.

#### Список використаних джерел:

1. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій : практичний посібник / [Л. Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин; за заг. ред. О. Давліканової, Л. Компанцевої]. Київ: ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с.
2. Харченко О. План стратегічних комунікацій.  
URL: <https://olekskharchenko.com/2013/04/30/plan-strategicheskikh-kommunikatsii/>
3. Darley W. M. The Missing Component of U.S. Strategic Communications. Joint Force Quarterly. 2007. Issue 47. p. 109.
4. Strategic Communications Planning.  
URL: <http://www.panna.org/sites/default/files/StrategicCommunicationsSPIN.pdf>