

непрофільні функції на аутсорсинг, підприємство не тільки отримає ефективний результат, але й матиме можливість скоротити витрати на оплату праці штатних робітників, що виконували ці функції);

– заміни постійних витрат змінними (наприклад, передавши на виконання зовнішньої організації обслуговування комп'ютерної техніки, підприємство зменшує не тільки витрати на оплату праці, а й зменшує витрати, пов'язані з експлуатацією та оновленням техніки).

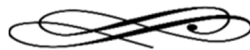
Він дає можливість: отримувати послуги в той момент, коли у підприємства виникає така необхідність (наприклад, непередбачувані обставини, сезонність зростання обсягів виробництва); скоротити витрати на науково-дослідні роботи за неперіоритетними напрямками діяльності; знизити витрати на контролювання якості переданих на аутсорсинг бізнес-процесів; використовувати досвід чи інформаційну базу аутсорсера.

Аутсорсингові послуги можуть надавати як спеціалізовані аутсорсингові компанії, так і структурні підрозділи, що належать до певного виробничого об'єднання та спеціалізуються на виконанні певних функцій. Отже, підприємству варто розглянути можливість про переведення окремих структурних підрозділів в аутсорсинг. На жаль, обрахувати ці пропозиції неможливо за браком інформації, яка доступна лише внутрішнім користувачам на підприємстві.

Отже, вище запропоновані шляхи покращення фінансових результатів діяльності підприємств, резерви збільшення його прибутку, а саме: за рахунок збільшення обсягів реалізації продукції, зниження її собівартості та збільшення ціни на продукцію, а також шляхом використання інтелектуально-інформаційних резервів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Білошапка В. А. Резерви зростання результативності бізнесу в умовах економічного спаду. Актуальні проблеми економіки. 2013, № 1 (155). С. 115–117.
2. Блонська В. І. Економіка підприємства: теорія і практикум. Львів: Магнолія 2012, 688 с.
3. Гетьман О. О. Економіка підприємства. К.: ЦНЛ, 2011, 488 с.
4. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства. К.: КНЕУ, 2006, 527 с.



**Філіпішин І. В., д-р екон. наук, професор**  
**Донецького національного університету імені Василя Стуса,**  
**м. Вінниця**

#### **КРИТЕРІЇ ЯКОСТІ КОМУНІКАЦІЙНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ ПРОЦЕСІВ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Актуальність визначення критеріїв якості комунікаційних управлінських процесів обумовлена необхідністю вироблення принципів стратегій управління комунікаціями на сучасних підприємствах. Огляд наукових розробок, присвячених тематиці сучасних досліджень комунікаційних управлінських процесів, досить широкий. Серед вчених, що займаються дослідженням цієї тематики, варто виділити, зокрема, таких вчених, як В. М. Бебик [1], М. Н. Туріяньська [2], Н. О. Шпак [3] та інших.

Виходячи з усієї багатоаспектності та багатовекторності проблематики критеріїв якості комунікаційних управлінських процесів, варто зазначити, що існує безліч невирішених питань у цій науковій сфері.

Метою керівництва комунікаційного управління є опис процесів, необхідних для забезпечення своєчасного та належного формування, збирання та поширення інформації про проект. Хоча відповідальність керівника проекту полягає у керівництві, розробці та реалізації конкретного комунікаційного плану, завдання з комунікації можуть бути делеговані іншим членам проектної групи та мають бути обов'язками кожної особи, яка бере участь у проекті [1].

Управління комунікаціями охоплює обмін інформацією із зацікавленими сторонами проекту та учасниками, які використовують найбільш ефективні канали зв'язку [2].

Менеджер проекту здійснюватиме діяльність у чотирьох ключових критеріях кожного проекту. Ці основні критерії охоплюють:

- комунікаційну стратегію – визначення того, хто потребує спілкування зі змінами, і що є найкращим комунікаційним середовищем. Стратегія комунікації також передбачає оцінку того, що потрібно передавати та затвердити;

- зміну процесу ввімкнення – створення та керування змінами в організації. Зміна можливостей має важливе значення для проектів, які вимагають від організації виконання дій у принципі, що відрізняється від їхнього нормального підходу. Зміну можливостей не варто плутати з управлінням змінами, що охоплює управління змінами в рамках проекту (наприклад, управління змінами документів, проблем, вимог тощо);

- розповсюдження інформації – ефективна інформація для організації проекту. Вона охоплює реалізацію комунікаційного підходу, а також реагування на непередбачувані запити щодо інформації;

- управління зв'язком – керування планом спілкування та перевірка готовності до змін. Вона охоплює виконання оновлень плану зміни та перерозподіл за необхідності [3].

Стратегія визначення критеріїв якості комунікаційних управлінських процесів залежить від:

- політики корпоративних комунікацій (наприклад, правила розкриття інформації для компаній, що публічно перелічені);

- стратегії управління інформацією програми управлінського проекту на підприємстві;

- компоненти документації щодо ініціювання проекту (зокрема структура команди проекту, стратегія управління ризиками, стратегія управління якістю та стратегія управління конфігурацією);

- проведення семінарів або неофіційних дискусій із зацікавленими сторонами;

- аналіз зацікавлених комунікаційних сторін [4].

Критерії якості комунікаційних управлінських процесів (КУП) можуть мати кілька форматів, включно з: індивідуальним продуктом або розділом документації щодо ініціативи проекту; документом, електронною таблицею або картою пам'яті; записом в інструменті керування проектом.



Рисунок 1 – Формати критеріїв якості комунікаційних управлінських процесів

Отже, в управлінській діяльності сучасного підприємства варто виокремити такі критерії якості комунікаційних управлінських процесів:

усі зацікавлені сторони комунікаційного процесу мають бути ідентифіковані та проконсультовані за їхніми вимогами щодо комунікаційного зв'язку;

має бути складена угода від усіх зацікавлених сторін про зміст, частоту та спосіб зв'язку між управлінськими рівнями в організації;

має бути розглянутий загальний стандарт комунікаційного зв'язку між учасниками управлінського процесу;

час, зусилля та ресурси мають бути враховані для виконання ідентифікованих комунікацій в організації;

формальність та частота спілкування є обґрунтованою для важливості та складності комунікаційного проекту;

для комунікаційних проектів, які є частиною управлінської програми, лінії зв'язку та структура звітності між проектом та програмою мають бути чітко визначені у загальній стратегії управління комунікаціями на підприємстві;

стратегія управління комунікаціями охоплює, за необхідності, засоби корпоративного зв'язку (наприклад, відділ маркетингових комунікацій для розповсюдження бюлетенів проекту).

#### **Список використаних джерел:**

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз : монографія. К.: МАУП, 2015. 440 с.

2. Туріянська М. М. Комунікації в системі управління знаннями. Вісник економічної науки України. 2016. № 2. С. 194–196.

3. Шпак Н. О. Основи комунікаційного менеджменту промислових підприємств: монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016. 328 с.

4. Boston J., Martin J., Pallot J., Walsh P. Public Management: The New Zeland Model. Melburne; New York; Toronto: Oxford University Press, 2016. P. 109–110.

