

**Борисова К.О., Глєбова Н. В.<sup>1</sup>, Єфремов І.О.<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Національний фармацевтичний університет, м. Харків

<sup>2</sup>Національний університет «Чернігівська політехніка»

**Удосконалення управління комунікативною діяльністю підприємства**

[borisovakarina630@gmail.com](mailto:borisovakarina630@gmail.com)

**Вступ.** Управління комунікативною діяльністю підприємства залишається надзвичайно актуальним у сучасному бізнес-середовищі з ряду причин. У світі, насиченому конкуренцією, підприємства повинні ефективно комунікувати, надавати розгорнуту інформацію про свої переваги та цінності для привертання та утримання клієнтів. З розвитком технологій і соціальних мереж, інформація поширюється дуже швидко. Ефективна комунікація дозволяє підприємствам взаємодіяти зі своєю аудиторією в реальному часі. Гарна репутація та стійкий бренд є ключовими для привертання клієнтів та партнерів, а ефективна комунікація допомагає управляти і формувати ці цінності. Споживачі сьогодні вимагають більше інформації та взаємодії з брендами тому підприємства повинні забезпечити ефективну комунікацію для задоволення цих очікувань. Крім того правильна кризова комунікація може зменшити вплив негативних ситуацій на репутацію підприємства та довіру споживачів.

**Мета дослідження** – визначити шляхи удосконалення управління комунікативною діяльністю підприємства.

**Матеріали та методи.** У проведеному дослідженні використовувалися основні наукові методи, серед яких виділяються, зокрема: монографічний і системного аналізу, синтезу та наукового пошуку

**Результати дослідження.** Управління комунікативною діяльністю підприємства є важливим елементом для забезпечення ефективної внутрішньої та зовнішньої комунікації. Можливо зазначити кілька ключових шляхів для її удосконалення:

1. Створення чіткої комунікаційної стратегії, яка відображатиме цілі та завдання підприємства у сфері комунікацій.

2. Ідентифікація ключових аудиторій (працівники, клієнти, партнери, громадськість) та адаптація комунікаційних стратегій для кожної з них.

3. Збільшення рівня прозорості у внутрішній та зовнішній комунікації, дозволяючи працівникам та зацікавленим сторонам краще розуміти діяльність підприємства.

4. Запровадження різноманітних каналів комунікації, таких як електронна пошта, внутрішній чат, відеоконференції, соціальні мережі та інші, для забезпечення ефективної взаємодії.

5. Проведення тренінгів для персоналу щодо розвитку ефективних комунікаційних навичок, включаючи слухання, висловлювання думки та спілкування в групах.

6. Встановлення системи збору та обробки зворотного зв'язку від працівників, клієнтів та інших стейкхолдерів для постійного покращення процесів.

7. Запровадження ініціатив та заохочень для сприяння внутрішньої комунікації між різними відділами та рівнями управління.

8. Розробка планів кризової комунікації та тренування команд для ефективного реагування на несподівані ситуації.

9. Впровадження системи моніторингу та оцінки ефективності комунікаційних заходів для постійного вдосконалення стратегій.

Ці заходи сприятимуть покращенню управління комунікативною діяльністю підприємства та сприяють підтримці ефективного спілкування всередині компанії та з її стейкхолдерами.

**Висновки.** Швидка реакція на зміни у ринкових умовах часто визначає успіх. Ефективна комунікація дозволяє підприємствам адаптуватися та реагувати на нововведення та тренди. Ефективна комунікація важлива при злиттях, поглибленні партнерств та співпраці, де важливо сприяти взаєморозумінню та довірі.

Загалом, управління комунікативною діяльністю є критично важливим елементом сучасного бізнесу, сприяючи підприємствам у взаємодії з різними стейкхолдерами та забезпеченні стійкого розвитку в конкурентному середовищі.