

Аспекти впровадження інноваційних комунікацій в управління організацій

Людмила Божук

Кафедра історії та документознавства
Національний авіаційний університет
Київ, Україна
lvbozhuk@ukr.net

The article considers topical aspects of introduction of innovative communications in management of the organizations for the purpose of creation of effective innovative management system for the decision both tasks of adaptation to external challenges and threats, and maintenance of sustainable development and the decision of certain organizational tasks.

Key words: innovative communications, information and communication technologies, innovations, communications, innovative communications in management.

Вступ

Кризові явища, які охопили суспільно-політичні та економічні процеси в Україні, криються, зокрема, й у нездатності існуючих систем управління на всіх рівнях відповідати новим викликам сьогодення. Це зумовлює важливість застосування інноваційних комунікацій в організаціях, створення ефективної системи управління під впливом інноваційних змін, що дає змогу вчасно адаптуватися до викликів зовнішнього середовища, підвищує якість управлінської діяльності, впливає на перспективи виходу із кризових ситуацій, є запорукою їх стабільного розвитку.

Наразі, суттєвою загрозою стабільному соціально-економічному та політичному розвитку суспільства, яка спричинила нагальну потребу в застосуванні інноваційних комунікацій в управлінні, зокрема й через необхідність мінімізувати контакти працюючих, перевівши їх на дистанційну роботу та спілкування в режимі онлайн, стала пандемія COVID-19. Дистанційна

робота як форма роботи та комунікації співробітників, керівництва та стейкхолдерів, управлінців усіх рівнів дає змогу організаціям, не зменшуючи обертів своєї діяльності, адаптуватися до зовнішніх викликів і загроз.

Різномасштабним проблемам впровадження інноваційних комунікацій в управління організацій присвячена значна кількість наукових досліджень, в яких висвітлюються питання: сучасних трендів та підходів до реалізації комунікаційного менеджменту; інноваційної діяльності; особливостей традиційних та інноваційних комунікацій; аналізу спектру традиційних та інноваційних ІТ-інструментів в управлінні – соціальних мереж, корпоративних сайтів, соціальних медіа-релізів тощо [1,2,3].

ОСНОВНА ЧАСТИНА

Аналіз еволюції систем управління в умовах інформаційного суспільства показує, що з розвитком інформаційних технологій, глобальної трансформації економічних процесів, їх роль та функціонал для забезпечення ефективної діяльності організацій суттєво змінюється, що породжує життєву необхідність постійного інноваційного їх вдосконалення.

Наразі єдиного трактування поняття «інноваційні комунікації» не існує. Однак, визначення понять «комунікація», «інновація», «інноваційна діяльність» дає можливість зрозуміти сутність трансформацій традиційних комунікацій в інноваційні.

Комунікація, за визначенням науковців, – це процес обміну інформацією між двома або більше особами, спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання і одержання інформації. «Інновації», згідно з Законом України «Про інноваційну діяльність», – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого адміністративного,

комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери. Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [4]. На підставі аналізу вищезазначених понять, узагальнене визначення інноваційних комунікацій – це процес обміну інформацією між об'єктами та суб'єктами комунікаційного процесу із застосуванням новацій в області інноваційно-комунікаційних технологій.

Основними аспектами впровадження інноваційних комунікацій в управління організацій є: використання цифрових каналів під час комунікаційної взаємодії та нових медіаносіїв, створення нових форматів спілкування з аудиторіями, одночасна взаємодія з великою кількістю споживачів, контрагентів, інвесторів, суспільством, надання актуальної інформації в режимі реального часу, встановлення контактів у максимально стислі терміни тощо.

Внутрішня інноваційна комунікація сучасних організацій реалізується шляхом упровадження переважно таких інформаційно-комунікаційних технологій як: Megapolis.Docnet, Fossdoc (застосунки для функціонування СЕД); соціальних мереж «Фейсбук», «Інстаграм», месенджери «Телеграм», «Інстаграм», відеохостингу «Ютуб» (для спілкування та інформування співробітників); zoom, googlemeet, chickmeetin, google+hangouts (для проведення вебінарів, марафонів, інтенсивів, онлайн-конференцій з метою вирішення оперативних питань, підвищення кваліфікації та навчання працівників); чат-боти (для опитування, цілодобової підтримки, оптимізації ресурсів, автоматизації рутинних процесів); застосунки Cisco, TeamViewer, Microsoft Remote Desktop, AnyDesk (для організації віддаленої роботи

працівників; QR-коди з метою швидкого доступу до закодованої інформації (авторизації, реєстрації, підключення до вай-фай, скачування файлів тощо).

Основними аспектами впровадження інноваційних комунікацій у зовнішнє середовище функціонування організацій є: створення та функціонування корпоративних веб-сайтів (для надання офіційної інформації про структуру, сферу діяльності, послуги підприємства тощо); використання соціальних мереж «Фейсбук», «Інстаграм», месенджерів «Телеграм», «Вайбер», відеохостингу «Ютуб» з метою охоплення цільової аудиторії спілкування, інформування, опитування тощо; медіа-реліз – для інтерактивного анонсування подій ЗМІ; QR-коди – для швидкого доступу до закодованої інформації тощо.

Отже, інноваційні комунікації забезпечують інтерактивну взаємодію з цільовими аудиторіями та ефективне функціонування системи управління організацій, стабільність та спрямованість на досягнення визначених завдань.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] В. Бебик, “Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, паблік-релейшнз: монографія,” Київ: МАУП, 2005, 397 с.
- [2] М.І. Іщенко, Є.В. Мішук, В.С. Адамовська, Д.Д. Усик, Комунікаційний менеджмент в сучасних організаціях, Вісник Донецького державного університету управління, Вип. 3, 2018, С. 68-73.
- [3] О.В. Тодорова, “Інновації в комунікаціях. Інноваційний PR-інструментарій в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу: монографія”, Київ: Інтерконтиненталь-Україна, 2015, 172 с.
- [4] Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 №1560-XII. Дата оновлення 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text> (дата звернення: 03.05.2021).