

## **УПРАВЛІННЯ ВНУТРІШНІМ СЕРЕДОВИЩЕМ ПІДПРИЄМСТВА**

Забезпечення ефективного функціонування підприємства перш за все залежить від чіткої роботи його внутрішнього середовища та чинників, які безпосередньо його утворюють.

Внутрішнє середовище підприємства формують саме керівники згідно з їхніми уявленнями про те, які саме чинники забезпечують ефективне функціонування і розвиток підприємства. Цим зумовлено існування великої кількості підходів до структурування внутрішнього середовища підприємства.

Щоб забезпечити належне управління внутрішнім середовищем, керівники мають ретельно дослідити: чинники впливу, проблеми середовища, вміти їх пов'язати між собою та чітко структурувати, а в разі виникнення складних ситуацій прийняти зважене та ефективне для підприємства управлінське рішення.

Інформаційною базою дослідження внутрішнього середовища підприємства слугували праці таких науковців, як: В. Білявський, М. Бойко, А. Мазаракі, Ю. Миронов, І. Свидрук, О. Стахів та ін.

Метою роботи є визначити основні теоретичні засади внутрішнього середовища у сучасному менеджменті та дослідити його безпосередній вплив на діяльність підприємства загалом, завдяки раціональному підходу до процесу управління.

Під внутрішнім середовищем підприємства слід розуміти «...механізм його життєздатності, який забезпечує функціонування підприємства, воно визначається внутрішніми змінними організації, а саме – цілями, завданнями, структурою, технологіями та персоналом» [1].

Цілісність цих змінних визначають квінтесенцію застосування системного підходу в теорії організації. Для того, щоб діяльність підприємства була результативною, має бути сформований такий комплекс завдань, вирішення яких забезпечуватиме своєчасну різноманітність управлінського впливу, достатню для підтримання цілісності аналізу [2].

Основними елементами внутрішнього середовища є його змінні:

1. *Цілі підприємства* – це основа побудови і життєдіяльності підприємства. Вони формуються з урахуванням ринкової кон'юнктури на базі наявних й потенційних можливостей підприємства та прогнозують бажаний кінцевий результат діяльності. Таким чином, підвищується відповідальність робітників за результати виконаної ними роботи, розвиваються їх самостійність та ініціативність, створюються умови для формування творчого підходу до розв'язання управлінських питань [3].

2. *Завдання підприємства* – відповідний вид робіт, який необхідно виконувати спеціальним методом та у певний період часу. Це робота з предметами і знаряддями праці, інформаційними та людськими ресурсами. Розв’язання завдань управління спрямовано на об’єднання усіх видів ресурсів у єдиний процес досягнення поставлених цілей підприємства.

3. *Структура підприємства* – логічне взаємовідношення рівнів управління і функціональних структур. Організаційна структура формується під певні цілі у такий спосіб, щоб забезпечити потрібний рівень гнучкості та швидкості організаційних дій. Структурою підприємства також можна вважати ступінь відповідальності та повноважень, кількісний склад її підрозділів і рівнів управління у єдиній взаємозалежній підсистемі [3].

4. *Технології* – це система, що спрямована на забезпечення конкурентоспроможності продукції, яка виготовляється за технічними й економічними характеристиками. Технології створюються на основі: знань, методів, прийомів, які використовуються працівниками для ефективного розв’язання проблемних питань.

5. *Персонал (людський капітал)* – це основний елемент будь якого підприємства, який забезпечує його успішність, процвітання або у гіршому випадку банкрутство. Людський ресурс добирають з урахуванням кваліфікаційних характеристик і узгодженості мотивацій працівників відповідно до цілей підприємства.

Тому підтримка внутрішньої рівноваги між усіма змінними та чинниками впливу є дуже важливим для підприємства процесом. Ефективне управління внутрішнім середовищем неможливе без чіткої структури підприємства, під якою слід розуміти певні «...логічні взаємовідносини рівнів управління та функціональних галузей, побудованій в такій формі, яка дозволяє найбільш ефективно досягати цілей підприємства» [4]. До структури відносять спеціалізований поділ праці та сферу контролю.

Отже, в роботі досліджено чинники внутрішнього середовища, а саме ситуаційні та сформовані всередині підприємства. Визначено внутрішнє середовище під яким розуміється складна система взаємопов’язаних елементів та зв’язків, яка є об’єктом постійного контролю та регулювання серед управлінців різних рівнів.

### Список використаних джерел

1 Стахів О.Г., Явнюк О.І., Волощук В.В. Основи менеджменту: навч. посіб. / за наук. ред. д.е.н., проф. М.Г. Бойко. Івано-Франківськ : ЛілеяНВ, 2015. 336 с.

2. Білявський В.М. Конкурентоспроможність підприємства як фактор підвищення його інвестиційної привабливості /

В.М. Білявський, М.М. Шепута. Інноваційна економіка. 2017. № 11–12 (72). С. 129–134.

3. Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / кол. авторів; за ред. А.А. Мазаракі. – Харків: Фоліо, 2014. – 846 с.

4. Свидрук І.І., Миронов Ю.Б., Кундицький О.О. Теорія організації : підруч. Новий Світ 2000, 2013. 175 с.

*Науковий керівник: В.М. Білявський,  
кандидат економічних наук, доцент*

**І.А. Курик**

*Національний авіаційний університет, Київ, Україна*

## **УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАТИВНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Умови функціонування сучасної економіки, яка характеризується загостренням конкурентної боротьби, вимагають від керівництва підприємства постійної модернізації бізнес-процесів та використання інноваційних технологій. Налагодження ефективного комунікаційного процесу дозволяє сучасним підприємствам автоматизувати процес взаємодії з клієнтами, надаючи індивідуальне обслуговування в зручний час, ефективно організувати зворотній зв'язок, оперативно отримувати інформацію і на цій основі приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Комунікативна політика містить конкретизацію цілей, основні етапи в їх досягненні, інформацію, яка поширюється на різну аудиторію, робота зі зворотним зв'язком. Для результативної реалізації комунікаційної політики потрібні не тільки технологічні розробки, а перш за все виділений відділ, який включає групу аналітиків, що займаються прогнозами, налагодженням зв'язків з громадськістю, а також соціологічну експертну групу [1].

Етапи формування дієвої програми комунікацій передбачає таку послідовність дій, як: визначення цільової аудиторії; визначення цілей комунікацій; вибір послання; визначення змісту звернення; визначення структури послання; визначення форми послання; вибір засобів доставки послання цільовій аудиторії; вибір джерела послання; налагодження зворотного зв'язку.

В роботі розглянуто управління комунікативною політикою ТОВ «Нова Пошта» та визначено, що комунікаційна стратегія розробляється згідно з ключовими цілями ТОВ «Нова Пошта» і сприяє ефективному зв'язку з громадськістю. Таким чином, з огляду на