

з'ясував, що 67 % опитаних в США сказали, що вони, найімовірніше, будуть купувати товари і послуги у брендів, які використовують чат-боти. Згідно з Global Market Insights, загальний обсяг ринку чат-ботів в усьому світі до 2024 р. перевищить 1,3 мільярда доларів [2]. А це, зі свого боку, суттєво вплине на сферу ділового спілкування та ведення підприємства, а функціональні можливості самих ботів будуть покращуватись.

Висновок. Чат-боти можна ефективно застосовувати для всіх підприємств. Їх впровадження дасть змогу підвищити конкурентоспроможність та забезпечить актуальність на ринку.

Список використаних джерел

1. Pasternak M. Що таке Chatbot (чат-боти) та кому вони потрібні? *Creative SMM*. URL: <https://creativesmm.com.ua/shho-take-chatbot-ta-komu-vonu-potribni/>
2. Власюк Н. Чат і месенджер-боти: тенденції в 2020 р. *Marketer*. URL: <https://marketer.ua/ua/chat-and-messenger-bots-trends-2020/>
3. Що таке чат-боти і 7 способів, як використовувати їх для бізнесу. *AG Marketing*. URL: <https://ag.marketing/blog/chat-boti-dlya-biznesu-2/>
4. Шумаєва М. Как чат-боты изменили IT-индустрию. *НВ*. URL: <https://techno.nv.ua/technoblogs/kakchat-boty-izmenili-it-industriyu-50058587.html>
6. Коцофане О. Все про чат-боти: типи і приклади, якому бізнесу підійде, список конструкторів для створення. *Webpromo*. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/vse-o-chat-botah-tipy-i-primery-kakomu-biznesu-podojdet-sписок-konstruktorov-dlya-sozdaniya/>



Скрильова Марія Андріївна

(наук. керівник – д-р екон. наук, професор Анісімова О. М.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективність комунікаційно-інформаційних процесів і створений комунікаційний клімат впливають на організацію довгострокових партнерських відносин з учасниками ринку, підвищуючи його конкурентоспроможність та ефективність всього підприємства. Тому своєчасний аналіз комунікаційного процесу дає можливість виявити слабкі сторони та зменшити або нівелювати їх негативний вплив на відносини з партнерами, вплинувши в такий спосіб на економічну ефективність бізнесу [1].

Комунікаційна система організації тісно пов'язана з її системою управління, але багатьом підприємствам не вдається оптимізувати організаційну комунікаційну систему, що негативно впливає на загальну діяльність підприємства [2].

Для вивчення та вдосконалення комунікаційної системи підприємства можна використовувати різні методи дослідження. До них, зокрема, належать:

- Системний підхід, заснований на цілісному розгляді системи відносно зовнішнього середовища, з урахуванням усіх можливих горизонтальних, вертикальних і діагональних зв'язків;
- Сценарний підхід, згідно з яким необхідно враховувати специфічні зовнішні та внутрішні чинники наявної системи та певним чином впливати на неї;
- Комплексний підхід, який зазвичай перевіряє обмежену кількість зв'язків на рівні зв'язку [3].

Наявні методи оцінки ефективності комунікації розрізнені і не можуть створити чітку картину стану та потенціалу комунікаційної діяльності підприємства. У більшості випадків це пов'язано або із зовнішніми маркетинговими комунікаціями, або з якоюсь сферою процесу

внутрішніх комунікацій. Тому без індикаторів комплексної оцінки, що враховують основні напрямки компонентів комунікаційної політики, підприємства не можуть визначити обґрунтованість та надійність отриманих результатів [4].

Як предмет оцінки у сфері організаційного комунікаційного менеджменту ми розглядаємо підсистеми управління – організаційну, інформаційну та психосоціальну складові комунікації та технології (табл. 1).

Таблиця 1 – Оцінювання ефективності комунікаційних процесів в організації

Об'єкт	Предмет	Завдання
Організаційна підсистема	управлінські технології; організаційна структура управління; персонал	первинна оцінка управлінських рішень на етапі формулювання; проміжна оцінка виконання управлінських рішень; оцінювання досягнутих результатів, визначення ефективності співробітників; визначення фактичного рівня компетентності працівників; визначення потреби в навчанні
Інформаційна підсистема	канали зв'язку; мережі	аналіз зворотного зв'язку; аналіз наявних комунікаційних прогалів, визначення достовірності інформації; оцінка достатності інформації; визначення тривалості зв'язку
Технології	програмне забезпечення; апаратне забезпечення; система обробки інформації	аналіз адекватності необхідних технологій; визначення завантаження програмного забезпечення, визначення рівня інформаційної безпеки; аналіз навантаження користувачів за допомогою технічних засобів
Соціально-психологічна підсистема	соціальна взаємодія; ролі в системі управління; психологічні особливості	аналіз соціальної адаптованості працівників, визначення психологічного профілю працівників; отримання інформації про психосоціальний клімат у колективі; аналіз рівнів взаємодії співробітників; оцінка відданості і мотивації співробітників

Одним зі способів оцінки внутрішньої комунікації є методологія, яка базується на експертній оцінці різноманітних показників, особливо на основі анкетування працівників, керівників усіх рівнів, різних виробничих та управлінських рівнів.

Список використаних джерел

1. Гришина В. В. Методичний підхід щодо оцінювання якості організаційно-комунікаційного забезпечення управлінської діяльності персоналу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Економіка. Острог: Видавництво НУ «Острозька академія», 2018. № 11(39). С. 80–85. (Index Copernicus).
2. Жигайло Н. Комунікативний менеджмент. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2012. 365 с.
3. Захаров І. В. Теоретико-методичні підходи до оцінки ефектів від впровадження інформаційно-комунікаційних технологій на промисловому підприємстві *Механізм регулювання економіки* / І. В. Захаров, С. В. Антонюк. 2009. № 3. С. 222–227.
4. Івченко Є. І. Інформаційно-комунікаційні технології як ключовий фактор управління інноваційним розвитком підприємств. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі*. 2008. № 4. С. 80–91.