

УДК 330.131.3:339.138:339.13.021:373.61:658

Потюк Ю.Б.

аспірант кафедри зовнішньоекономічної та
митної діяльності, Національний університет
«Львівська політехніка», м. Львів, Україна

КОМУНІКАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАСШТАБУВАННЯ БІЗНЕСУ ЗА ЦИФРОВОЇ ЕПОХИ

За умов цифровізування, глобалізування важливого значення для масштабування бізнесу, бізнес-процесів, їх успішності має рівень комунікаційного забезпечення вказаної діяльності. Враховуючи стрімкий розвиток сучасних технологій, постійно зростаючу конкуренцію, для впевненого розвитку підприємствам недостатньо лишень «просто добре» виконувати свою роботу (діяльність), володіючи при цьому бездоганною репутацією. Для того, щоб підприємство процвітало, воно має бути «впізнаваними», постійно бути «на порядку денному», в інформаційному полі. Тобто за умов цифрової епохи однією із головних вимог для сучасного ділового світу є поєднання успішної діяльності, бездоганної репутації із вмінням про все це розповідати (комунікувати) своїм стейкхолдерам. Саме тому актуальною є проблематика комунікаційного забезпечення масштабування бізнесу за цифрової епохи. Аналізування досліджень, публікацій показало, що розглянута проблема є актуальною, проблемам комунікаційного забезпечення підприємницької діяльності присвячено праці таких вчених як: Акаймова А. [1], Валінкевич Н. [2], Гавкалова Н. [3], Гришина В. [3], Завербний А. [4], Захарчин Г. [5], Зернецька О. [6], Кандагура К. [7], Кіреєв О. [11], Копитова І. [8], Кошелєва О. [9], Кравчук О. [9], Стеклова А. [10], Цисельська О.В. [9], Чигир А. [2], Філіппова С. [11] та багато інших. Дещо поза увагою залишається дослідження комунікаційного забезпечення масштабування бізнес-процесів, особливо в умовах зовнішньоекономічної діяльності, глобалізування, діджиталізування тощо.

Лишень ті підприємства, що успішно, послідовно, систематично масштабуватимуть свою діяльність в контексті зовнішньоекономічної діяльності зможуть залучати більше клієнтів, збільшувати (нарощувати) власні доходи, оптимізувати витрати, розширяти географію присутності, розвивати нові напрями бізнесу тощо. Масштабування бізнес-процесів виступає комплексним процесом із розширення, зростання, розвитку діяльності. Метою його є нарощування обсягів продаж, розширення ринкової присутності, впливу тощо.

Для процесу масштабування бізнесу особливо важливу відіграє цифровізування, діджиталізування економіки. Перш за все це стосується комунікаційного забезпечення масштабування бізнесу. Активне застосування у бізнес-процесах переваг цифровізування надає безмежні можливості щодо розширення підприємства, залучення нових клієнтів, інвесторів та його інших стейкхолдерів. Нами систематизовано ключові значення комунікаційного забезпечення при масштабуванні в умовах цифрової епохи: налагодження та розвиток зв'язку із стейкхолдерами; чітке витлумачення (пояснення) місії, візії підприємства, своєчасне адаптування до змін (за високо динамічних умов господарювання), застосування надійних систем управління (менеджменту) взаємовідносин із клієнтами (CRM), формування системи управління репутацією (репутаційного менеджменту) в мережі (SERM), аналітичне оцінювання комунікацій тощо [3, 4, 5, 6, 9, 10]. Забезпечення безперебійного, високоефективного комунікаційного забезпечення процесів масштабування бізнесу сприятиме досягненню наступних переваг: підвищення рівня ефективності діяльності, нарощування обсягів продаж товарів/послуг, глобалізування доступу до ринків, підвищення рівня конкурентоспроможності, розширення можливостей щодо залучення іноземного інвестування, формування високого репутаційного рівня, створення, підтримання цінності підприємства для клієнтів тощо. Комунікаційне забезпечення масштабування

бізнес-процесів виступає необхідністю для ефективного розвитку, росту підприємства. Без ефективного комунікування неможливим є досягнення стабільного масштабування.

Література

1. Акайомова А. Комунікативні властивості іміджу та його класифікація / А. Акайомова // Віче. - 2011. - № 22. - С. 2-5.
2. Валінкевич Н. Теоретичні аспекти інформаційно-комунікаційного забезпечення бізнес-процесів суб'єктів малого підприємництва. / Н. Валінкевич, А. Чигир // Економіка та суспільство. - 2024. Вип. 59. - URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3495>
3. Гавкалова Н.Л. Організаційно-комунікаційне забезпечення – основа ефективності управлінської діяльності персоналу підприємств: монографія / Н.Л. Гавкалова, В.В. Гришина // Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. - 2021. - 191 с.
4. Завербний А.С. Комунікаційні стратегії: проблеми та перспективи формування і реалізування за умов євроінтегрування / А.С. Завербний // Innovation and Sustainability. - 1. - 2022. - С. 13–19.
5. Захарчин Г.М. Роль комунікаційної культури в управлінні персоналом / Г.М. Захарчин // Економіка та суспільство. 2023. - 56. - URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3085>
6. Зернецька О.В. Глобальна комунікація: монографія. Київ: Наукова думка. - 2017. - 352 с.
7. Кандагура К.С. Комунікативні проекти в умовах інформаційного суспільства: вітчизняні та зарубіжні моделі. Наукові розвідки з державного та муніципального управління. - 2015. - Вип. 1. - С. 139-149.
8. Копитова І.В. Комунікації як основа механізму управління / І.В. Копитова // Інноваційна економіка. - 2016. - № 5-6. - С. 146-151.
9. Кошелева О.Б. Комунікаційна культура в умовах глобалізації та її вплив на формування іміджу країни / О.Б. Кошелева, О.А. Кравчук, О.В. Цисельська // Питання культурології. - 2021. - Випуск 38. - С. 287–300.
10. Стеклова А. Стійке масштабування бізнесу: чому без комунікацій нічого не вийде. URL: <https://ain.ua/2024/02/02/chomu-bez-komunikacij-nichogo-ne-vyjde-kolonka/>
11. Filyppova S. Cascading formation of business communications of an innovation-active enterprise in the conditions of informatization of economy by means of business partnership / S. Filyppova, O. Kirev // Monograph. Schweinfurt, Time Realities Scientific Group UG (haftungsbeschränkt). - 2018. - 206 p.