

ЗАСТОСУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТОМ ІННОВАЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

*Литовко Д.М., Школяр С.П.
Полтава, Україна*

Комунікаційні компетенції менеджера напряду впливають на діяльність організації, її інноваційний розвиток. Саме комунікації є частиною більш складної системи відповідно із своїми елементами та зв'язками. Створення комунікаційних інновацій в політиці підприємства є складним процесом, оскільки має охопити усіх без виключення суб'єктів, які безпосередньо впливають, потенційно можуть вплинути і навіть не впливають на його діяльність [1]. При цьому політика реалізується шляхом передачі інформації через певні канали комунікації із використанням комунікаційних засобів, постійного формування та впровадження інновацій. Модель процесу комунікацій являє собою сталу структуру, проте складність її аналізу полягає в формалізації її основних елементів, основними з яких є: відправник, кодування, звернення, засоби поширення інформації, перешкоди, декодування, отримувач, зворотна реакція, зворотний зв'язок [2].

Зазначені вище елементи комунікаційної політики у впровадженні інновацій є самодостатнім продовженням практичної інноваційної діяльності. Спрямування такої політики є задоволення потреб не тільки суб'єктів, які безпосередньо взаємодіють між собою, але й суспільства в цілому. Результатом її застосування є формування загальносуспільного блага як самоцілі соціально-орієнтованої діяльності, без особистісних втрат суб'єктів взаємодії.

Отже, в сучасному світі інновації постають з інформаційного потоку, існують завдяки каналам комунікації та реалізує себе через комунікаційну інноваційну політику. Самі ж елементи комунікаційної політики у впровадженні інновацій повинні досягати максимального рівня свого розвитку, інтегрувавшись в усі без виключення сфери діяльності людини на базі формування та впровадження інновацій [3].

Список використаних джерел:

1. Литовко Д.М. Про формування комунікаційних інновацій підприємства / Мат-ли ХХІ міжнародній науково-практичній конференції «Управлінський дискурс макаренківської педагогіки» та Всеукраїнських науково-практичних семінарах «Управлінська майстерність керівника закладу освіти», «Управління проектами у сфері науки, освіти, інновацій та інформатизації», «Управління інноваційною діяльністю в освіті та у виробництві». ПНПУ імені В.Г.Короленка. - 10–11 березня 2022 року.
2. Оснач О.Ф. Промисловий маркетинг: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / О.Ф.Оснач, В.П. Пилипчук, Л.П. Коваленко – К. : Центр учбової літератури, 2009. - 366 с.
3. Школяр С.П. Інноваційний розвиток держави – комфортне життя її громадян. Тези виступу в обговоренні / С.П. Школяр // Матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України 20.06.07 р. «Національна інноваційна система України: проблеми формування та реалізації» / Упор. Г.О. Андрощук, М.М.Шевченко, – К.: Парламентське вид-во, 2007. – С.60-62.