

*Дмитриев Н.В.,
студент 4 курс,
факультет «Международные отношения»
ФГБОУ ДА МИД РФ
Россия, г. Москва*

УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИМИ КОММУНИКАЦИЯМИ В ЭКОНОМИКЕ

***Аннотация:** Данная статья посвящена управлению стратегическими коммуникациями в экономике. Автор рассматривает сущность и значение коммуникаций, выделяет их роль в становлении и развитии рыночных связей. Определяются особенности формирования стратегических коммуникаций каждого конкретного предприятия, которое является важным игроком на рынке. Стратегические коммуникации способствуют эффективному взаимодействию любой организации с разными участниками целевой аудитории.*

***Ключевые слова:** коммуникации, экономика, стратегическое управление, процессы, регулирование, управление.*

***Annotation:** This article is devoted to the management of strategic communications in the economy. The author examines the essence and significance of communications, highlights their role in the formation and development of market relations. The features of the formation of strategic communications of each specific enterprise, which is an important player in the market, are determined. Strategic communications contribute to the effective interaction of any organization with different members of the target audience.*

***Keywords:** communications, economics, strategic management, processes, regulation, management.*

В условиях развития информационного общества коммуникативные действия в большей степени доминируют над теоретическими аспектами формирования социальных и экономических процессов в мире. В современных реалиях рынок во многом развивается благодаря построению и совершенствованию коммуникаций.

Коммуникации позволяют обмениваться информацией, различными идеями, точками зрения между многочисленными субъектами с конкретной целью. Благодаря коммуникациям можно развивать общество, и они играют огромную роль в обеспечении социально-экономического роста и совершенствования бизнеса.

Во многих организациях, которые являются частью рыночной экономики, обмен информацией считается ключевым элементом успешного роста и развития. На коммуникационные связи менеджмент в организациях может затрачивать порядка 80% своего рабочего времени. Благодаря таким обстоятельствам, эффективность деятельности менеджеров в большей степени будет зависеть от того, насколько хорошо построена коммуникация.

В экономике цели коммуникаций включают в себя множество взаимосвязанных элементов. Например, фундаментальная цель коммуникации состоит в построении продуктивного сотрудничества на базе обмена данными, и с целью улучшения коллективных связей. Эти мероприятия позволяют на практике регулировать и оптимизировать деятельность участников экономики, устанавливая эффективные каналы обмена данными как внутри предприятия, так и за его пределами. Все эти действия способствуют достижению поставленных стратегических и тактических целей.

Многочисленные социологические и экономические исследования показывают, что эффективные стратегические коммуникации являются залогом для успешного развития предпринимательской деятельности. Таким образом, управление стратегическими коммуникациями играет решающую роль в достижении роста и развития предприятия. В процессе управления

коммуникациями нужно учитывать важную тенденцию, которая связана с использованием стратегических действий.

Для начала следует понять, что из себя представляет термин «стратегические коммуникации». В общем смысле слова этот термин имеет двойную нагрузку. Причина заключается в том, что любая коммуникация рассматривается как смысловой, а также содержательный компонент социального и экономического взаимодействия разных субъектов. В этом аспекте значимую роль имеет стратегический компонент. В общем виде стратегия раскрывает суть и характерные черты деятельности любого участника рынка. Её следует рассматривать как один из важнейших методов для достижения целей долгосрочного характера. Стратегические коммуникации являются одними из значимых определяющих элементов, который позволяет выстраивать долгосрочные связи для реализации многочисленных целей. Между всеми субъектами социально-экономического роста и развития стратегические связи существуют для достижения важных задач. С их помощью можно создавать уникальные стереотипы и развивать имидж, а также продвигать ранее не существующие или инновационные идеи. На определённую перспективу эти идеи будут играть существенную роль, поскольку позволяют участникам экономических отношений повысить свои конкурентные преимущества.

Стратегические коммуникации как важнейшая научная категория в разных работах рассматривалась авторами по-своему. Например, по мнению Г. А. Багына [1, с. 59] стратегические коммуникации представляют собой любую осмысленную систему коммуникационных связей. При наличии этих связей разные высказывания позволяют решать многочисленные задачи коммуникативного характера.

Как полагает Г. Минцберг [3, с. 128] стратегические коммуникации нужно анализировать как важную управленческую компетенцию. С её помощью устанавливается конкурентоспособность каждого участника

рыночных отношений. Достигнуть этого результата можно, применяя информационные системы и технологии.

М. Моисеев [2, с. 15] говорит о том, что при овладении информационными технологиями каждым участником рыночных отношений появляется возможность достигать коммуникативного роста и развития. В связи с такими обстоятельствами совершенствуется экономическая система. Следовательно, современные коммуникационные связи напрямую влияют на применение участниками рынка новых инновационных технологий.

Стратегические коммуникации в условиях рынка позволяют приобрести инициативу и выстраивать новые замыслы. Сам стратегический замысел даёт возможность каждому участнику рыночной экономики использовать некоторые действия, которые могут в лучшую сторону изменить ситуацию на рынке. Инициатор стратегического замысла будет завоёвывать конкурентные преимущества, применяя стратегическую инициативу. С её помощью он постоянно сможет воздействовать на ключевые компоненты развития рынка. Это будет являться базисом для приобретения новых конкурентных преимуществ. С их помощью можно выявить устойчивый рост и определить конкретные векторы в развитии всей экономики и конкретного участника. Соответственно, выстраивать стратегические коммуникации в экономике можно с помощью развития информационного центра любого предприятия. В этом информационном центре должны иметься разные данные, характеризующие положение предприятия на основе построения взаимодействия его с внешней средой. Обязательно важно учитывать историю функционирования такого предприятия для достижения качественных и количественных коммуникаций.

Соответственно, применяя стратегические коммуникации, можно выстраивать эффективное управленческое взаимодействие. Стратегические коммуникации оказывают значительное влияние на хозяйственную деятельность каждого участника рыночной экономики, принимая к сведению

корпоративную культуру, совокупность ценностей и стратегических моментов в развитии. На всех управленческих уровнях в любой компании создаётся коммуникативный потенциал. Он присущ отдельным работникам и всему предприятию, которое работает в условиях рыночных отношений.

Учитывая вышеизложенные представления о сущности стратегических коммуникаций, можно сформулировать авторское понимание данного термина. На наш взгляд, стратегические коммуникации в экономике представляют собой набор элементов, позволяющих целенаправленно влиять на многие внутренние и внешние процессы обмена данными. Благодаря этому, удовлетворяются коммуникативные потребности и реализуется множество долгосрочных целей и задач, способствующих развитию организации в рамках рыночной экономики.

Ключевыми принципами, которые нужно учесть в контексте построения стратегических коммуникаций, являются:

1. Обязательный ориентир на стратегические цели и задачи развития самого предприятия с учётом тенденций рынка.
2. Анализ преемственности всех стратегических приёмов и методов, которые есть на каждом уровне работы предприятия и всего рынка.
3. Оценка развития внутренних и внешних коммуникативных процессов.
4. Постоянный обмен и построение обратной связи.

Использование стратегических коммуникаций позволяет в условиях рыночных отношений решать множество важнейших бизнес-задач. Кроме того, формируется имидж, совершенствуются конкурентные преимущества или создаются новые. Для этого нужно обязательно учесть несколько приоритетов:

1. Построение контактов с целевой аудиторией.
2. Определение партнёрских связей с клиентами на рынке.
3. Развитие сотрудничества и борьба с соперниками.

4. Систематический поиск новых инструментов для осуществления тесного сотрудничества с партнёрами.

5. Учёт политики государства и оценка значимости социального партнёрства с ним.

Для организации эффективных стратегических коммуникаций нужно использовать стратегическое планирование. Одним из ключевых требований этого планирования можно назвать согласованную общую программную цель. Она создаётся по поводу всех направлений работы предприятия в условиях рыночной экономики. Стратегические коммуникации хозяйствующий субъект выстраивает для взаимодействия со всеми видами целевых аудиторий.

На наш взгляд, следует совершенствовать методологию стратегического планирования коммуникаций. Благодаря совершенствованию и разработке разных стратегических планов можно не только развивать каждую организацию, но и в целом способствовать прогрессивному развитию рыночной экономики.

Подводя итог следует сделать вывод о том, что стратегические коммуникации в условиях рыночных отношений приводят к возникновению уникального нематериального ресурса. Применяя этот ресурс, можно получать серьёзные конкурентные преимущества, обладая уникальным направлением развития организации на рынке.

Использованные источники:

1. Буряк, Н.Ю., Багян, Г.А. Деловые коммуникации в организации как фактор повышения экономической эффективности / Н.Ю. Буряк, Г.А. Багян //Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – №. 1 (33). – С. 58-62.

2. Моисеев, Н.Н. Информационное общество: возможности и реальность/ Н.Н. Моисеев //Полис. – 2008. – №3. – С. 13-18.

3. Минцберг, Г., Альстренд, Б., Лэмпел, Дж. Школы стратегий. СПб.: Питер, 2000. – 336 с.