

**Мороз С. І.,**  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри інформаційних систем і технологій;  
Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро

## ЗАСОБИ ЕЛЕКТРОННИХ КОМУНІКАЦІЙ

Важливість комунікацій в менеджменті складно переоцінити, адже інформаційний обмін по різних каналах дає змогу управлінцям різного рівня приймати обґрунтовані рішення та передавати підлеглим. Існує десятки підходів до класифікації комунікацій, але в межах дослідження конкретизуємо лише деякі. В виробничо-комерційній діяльності визначають внутрішні (між топ-менеджментом і підлеглими, між підрозділами, в рамках робочих груп тощо) та зовнішні (між підприємством і державними установами, організаціями, клієнтами, конкурентами і т.і.) комунікації. Комунікація може також бути персональна і масова. Для кожного виду і форм взаємодії можуть використовуватися різні канали і засоби, в чому числі в комплексі задля досягнення ефекту синергії.

Державну політику, права і обов'язки осіб в сфері електронних комунікацій регулює Закон України № 1089-IX «Про електронні комунікації» від 16.12.2020 р. зі змінами і доповненнями, в тому числі пов'язаними з умовами воєнного стану. Впровадження інформаційних технологій у всі сфери економічного і суспільного життя не оминуло й сферу комунікацій, замінюючи чи доповнюючи існуючі засоби комунікації (табл.1).

*Таблиця 1*

### Традиційні та електронні засоби комунікації

Традиційні	Електронна пошта, програми для масових розсилок
Пошта	Мобільний зв'язок
Телефонний зв'язок	Програми месенджери Viber, WhatsApp, Telegram, корпоративний Slack, Facebook Messenger, Skype
Селекторний та радіозв'язок	Телеконференції на основі Zoom, Google Meet, Microsoft Teams, FreeConferenceCall.com
Наради, збори, телеконференції	Інтернет реклама та Інтернет-ЗМІ
Телебачення та ЗМІ	Загальні і професійні соціальні мережі Facebook, LinkedIn
	Сайт підприємства, мобільний додаток
	Чати, форуми, блоги, опитування
	Чатботи для клієнтського обслуговування Zo
	Робота з документами спільного доступу

Важливо відміти, що розробники цифрових сервісів надають своїм клієнтам додаткові можливості. Так, в Google профілі можна зберігати інформацію на Диску, вести Календар, організувати чат кімнати та відеозустрічі, створювати форми опитування для зворотного зв'язку з клієнтами. Важливою функцією є можливість використовувати дані профілю для реєстрації на інших онлайн платформах. Наприклад, зупинимось на сервісі SendPulse (рис. 1), котрий на єдиній платформі пропонує цілий комплекс засобів онлайн

комунікацій. Зокрема, формування поштових та web push розсилок, створення сайту із застосування технологій штучного інтелекту, створення чат-ботів у популярних месенджерах, реєстрація угод й контроль їх просування з побудовою воронки продажів, розміщення навчальних курсів для підготовки і тестування персоналу та багато інших.

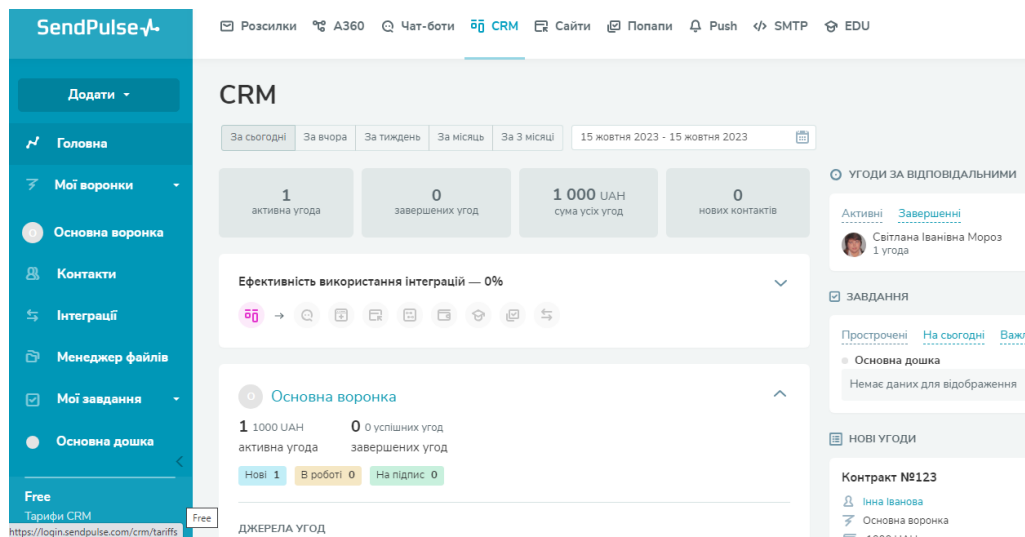


Рис. 1. Одне з робочих вікон робочого профілю в SendPulse

З демонстраційною метою цей SAAS сервіс пропонує безоплатний режим, що дозволило його використання в аудиторній та індивідуальній формах навчання при викладенні дисципліни «Фахові інформаційні системи та програмні засоби». Безкоштовний профіль дозволяє підключити 5 співробітників (потенційними користувачами сервісу є менеджери з продажу та маркетологи) і використовувати для їх роботи 1Гбайт дискового простору.

Позитивним є те, що SendPulse є українською розробкою і сподіваємось не втрапить до санкційних списків, як сталося із дуже популярним Бітрікс24, через зв'язки з країною агресором.

Наостанок, на нашу думку, на вибір засобів електронних комунікацій впливають декілька чинників: мета комунікації; пропонований вид продукції чи послуги (зерно чи обладнання краще просувати на основі сайту та у Facebook, а фітнес-товари в Instagram); розміщення цільової групи клієнтів; схильність керівництва витратити кошти на презентацію продукту (послуги), акаунт-менеджмент та генерацію якісного контенту.