

УДК 316.774

Романишин Юлія Любомирівна

*кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

Романишин Юлія Любомировна

*кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры документоведения и информационной деятельности
Ивано-Франковский национальный технический университет нефти и газа*

Romanyshyn Yulia

*Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of Records Information Management Department*

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

ORCID: 0000-0001-7231-8040

Бойчук Катерина Анатоліївна

*магістр кафедри документознавства та інформаційної діяльності
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*

Бойчук Екатерина Анатольевна

*магистр кафедры документоведения и информационной деятельности
Ивано-Франковского национального технического университета нефти и газа*

Boichuk Kateryna

Master of Records Information Management Department of the

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

**ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ІКТ-
БАЗОВАНИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ КАНАЛІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ІТ-
ОРГАНІЗАЦІЙ**

**ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ИКТ-ОСНОВАННЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАНАЛОВ В
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИТ-ОРГАНИЗАЦИЙ
THEORETICAL-PRACTICAL ASPECTS OF USING ICT-BASED
COMMUNICATION CHANNELS IN THE ACTIVITIES OF IT-
ORGANIZATIONS**

Анотація. У статті розглянуто сучасні соціальні та інформаційні підходи до визначення поняття «комунікація». Виокремлено функціональні особливості різних видів комунікаційних каналів. Охарактеризовано американську теорію розширення комунікаційних каналів. Оскільки, на сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства комунікаційні процеси здійснюються в комп'ютер-базованому середовищі з використанням комп'ютерних каналів зв'язку, то ми у цьому дослідженні акцентуємо увагу на сучасних комунікаційних каналах е-комунікації. Комунікаційні засоби інтерактивного спілкування в Інтернеті займають лідируючі позиції в системі сучасної комунікації, адже спрощують обмін інформацією, підвищують продуктивність спільної роботи та дозволяють керувати комунікацією як всередині, так і зовні організації. Крім того, сьогодні, все більшої популярності набирають такі засоби комунікації, як мобільні додатки, які розширюють свої функціональні можливості порівняно з комп'ютером. Особливої актуальності набуває цифрова комунікація, вагомим фактором поширення якої є інформатизація та глобалізація суспільства. У статті узагальнено досвід практичного застосування сучасних професійних комунікаційних каналів у діяльності таких ІТ-організацій, як українська ІТ-компанія «Devlight», яка займається розвитком бізнесу в Україні за допомогою цифрових технологій, глобальної компанії «Google», а саме її комунікаційної системи, та міжнародної ІТ-компанії «Provectus».

Ключові слова: електронна комунікація, інформаційно-комунікаційні технології, інформація, комунікаційні канали, комунікація.

Анотація. В статье рассмотрены современные социальные и информационные подходы к определению понятия «коммуникация». Выделены функциональные особенности различных видов коммуникационных каналов. Охарактеризировано американскую теорию расширения коммуникационных каналов. Поскольку, на современном этапе развития информационного общества коммуникационные процессы осуществляются в компьютер-основанной среде с использованием компьютерных каналов связи, то в этом исследовании мы акцентируем внимание на современных коммуникационных каналах электронной коммуникации. Коммуникационные средства интерактивного общения в Интернете занимают лидирующие позиции в системе современной коммуникации, ведь упрощают обмен информацией, повышают производительность совместной работы и позволяют управлять коммуникацией как внутри, так и снаружи организации. Кроме того, сегодня, все большую популярность набирают такие средства коммуникации, как мобильные приложения, которые расширяют свои функциональные возможности по сравнению с компьютером. Особую актуальность приобретает цифровая коммуникация, весомым фактором распространения которой является информатизация и глобализация общества. В статье обобщен опыт практического применения современных профессиональных коммуникационных каналов в деятельности таких ИТ-организаций, как украинская ИТ-компания «Devlight», которая занимается развитием бизнеса в Украине с помощью цифровых технологий, глобальной компании «Google», а именно ее коммуникационной системы, и международной ИТ-компания «Provectus».

Ключевые слова: электронная коммуникация, информационно-коммуникационные технологии, информация, коммуникационные каналы, коммуникация.

Summary. The article deals with modern social and informational approaches to the definition of «communication». The functional features of different types of communication channels are singled out. The American channel expansion theory is described. As long as at the present stage of the development of the information society communication processes are carried out in a computer-based environment using computer channels, in this study we focus our attention on modern communication channels of e-communication. Communication means of interactive communication in the Internet occupy leading positions in the modern communication system, since they simplify the process of information exchange, increase productivity of collaboration and allow to manage communication both internally and externally of organization. In addition, today, means of communication, such as mobile applications, which extend their functionality compared to the computer, are becoming more and more popular. Digital communication is getting extremely topical because of a significant influence, which informatization and globalization have on society nowadays. The article summarizes the practical cases of applying modern professional communication channels in IT organizations, such as Ukrainian IT company «Devlight», which is engaged in the development of business in Ukraine with the help of digital technologies, the global company «Google», especially its communication system, and the international IT company «Provectus».

Key words: communication, communication channels, electronic communication, information, information and communication technologies.

Постановка проблеми. У сучасному інформаційному суспільстві важливими завданнями для організації є побудова ефективної

комунікаційної мережі, комп’ютеризація технологічного забезпечення управління, запровадження новітніх інформаційних та інформаційно-комунікаційних технологій (далі – ІТ та ІКТ). Характеристиками зовнішнього середовища організацій сучасного бізнесу є складність та мінливість, що вимагає від комунікаційного процесу високих швидкостей у передачі та обробці інформації. Це потрібно для того, щоб зменшити затрати часу на технічні операції обробки інформації, збільшити ефективність прийняття рішень, підвищити продуктивність та результативність роботи тощо.

З поширенням ІКТ поняття «комунікація» набуло різноманітних форм реалізації обміну інформацією. Особливої актуальності набула цифрова комунікація, яка використовується у більшості сучасних організацій та потребує ґрунтовнішого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток інноваційних технологій та їх інтенсивне використання в сучасних комунікаційних процесах організації залишається предметом досліджень великої кількості науковців. Зокрема, проблеми комунікації досліджували такі вчені, як І. О. Щебликіна, О. Б. Моргулець, В. В. Різун та ін. Питанням використання комунікаційних каналів приділено значну увагу в працях таких дослідників, як В. М. Бебик, М. Б. Жернакова, М. П. Побережна та ін. Проте, саме підходам до використання ІКТ-базованих комунікаційних каналів в діяльності ІТ-організацій приділено недостатньо уваги у наукових джерелах.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даного дослідження є теоретичний аналіз сучасних комунікаційних каналів, виокремлення їх особливостей функціонування та дослідження практичних аспектів застосування ІКТ-базованих комунікаційних каналів у діяльності українських та зарубіжних ІТ-організацій.

Виклад основного матеріалу. Основою діяльності та важливим ресурсом будь-якої організації є комунікація, яка передбачає процес обміну релевантною інформацією. Для того, щоб комунікація приносила бажаний результат, необхідно вибирати та застосовувати відповідні комунікаційні канали залежно від обставин та ситуації.

Провівши дослідження наукових праць [1; 4; 6-9; 10-13], бачимо, що більшість дослідників не виробили єдиного підходу у трактуванні поняття «комунікація». Проаналізувавши ці наукові джерела, ми здійснили порівняльну характеристику визначень цього поняття, результати якої подані в таблиці 1.

Таблиця 1

Визначення поняття «комунікація» за різними науковими підходами

№ п/п	Визначення	Автор, джерело
1. Соціальний підхід		
1.	Комунікація – це обмін інформацією, на основі якої керівник отримує дані, необхідні для прийняття рішень, і доводить їх до працівників організації.	Щебликіна І. О. [13]
2.	Комунікація – це обмін інформацією між людьми, за допомогою слів, букв, символів, жестів, через які висловлюється відношення одного працівника до знань і розумінь іншого, досягається довіра і взаємосприйняття.	Рульєв В. А. і Гуткевич С. О. [10]
3.	Комунікація – це процес обміну ідеями і інформацією, що веде до взаєморозуміння. Це не просто передача інформації, а передача змісту або значення за допомогою символів. Крім того, комунікація відбувається тільки тоді, коли одна сторона пропонує інформацію, а друга готова її сприйняти.	Моргулець О. Б. [6]
4.	Комунікація – це процес обміну інформацією між особами за допомогою загальної системи символів, знаків та поведінки.	Словник Вебстера [11]
5.	Комунікація – це зумовлений ситуацією й соціально-психологічними особливостями комунікаторів процес встановлення і підтримання контактів між членами певної соціальної групи чи суспільства в цілому на основі духовного, професійного або іншого єднання учасників комунікації.	Різун В. В. [9]
2. Інформаційний (технологічний) підхід		
6.	Комунікації є смисловим аспектом соціальної взаємодії, однією з найбільших загальних характеристик будь-якої діяльності, включаючи управлінську. Комунікація являє	Соломко А. С. [12]

	собою інформаційні дії в нечіткому інформаційному середовищі.	
7.	Комунікація – технічний процес обміну інформацією між двома і більше індивідами (або групами).	Косенко Ю. В. [4]
8.	Комунікацію можна визначити як форму зв'язку, як один із проявів інформаційного обміну або обміну інформацією між живими істотами у процесі їх безпосереднього спілкування за допомогою технічних засобів.	Осовська Г. В. і Осовський О. А. [7]
9.	Комунікація є процесом передачі інформації між суб'єктами соціальної сфери суспільства; вона є різновидом взаємодії між певними суб'єктами (передавач, приймач) за посередництвом певного об'єкта (повідомлення).	Бebик В. М. [1]

Джерело: авторська розробка

З таблиці 1 бачимо, що прихильники першого (соціального) підходу [6; 9; 10; 11; 13] вважають, що основна увага у комунікації зосереджується на людях, оскільки вони є головним носієм знань, а також на їх умінні здійснювати пошук, зберігання та поширення інформації. Прихильники другого (інформаційного) підходу [1; 4; 7; 12] зазначають, що комунікація – це встановлений порядок роботи з інформацією для полегшення доступу до знань й повторного їх використання. Системою управління інформацією стає конкретна технологія, яка здатна точно відповісти на запит. Спільні ознаки у визначенні представників двох підходів прослідковуються у тому, що комунікація є взаємодією між двома та більше індивідами. Відмінності бачимо в тому, що інформаційний (технологічний) підхід у визначенні поняття «комунікація» підкреслює, що інформаційний обмін між комунікаторами відбувається у формі певних повідомлень та сигналів з використанням ІТ.

Комунікаційний канал, за науковцем В. М. Бебиком, – це засіб цілеспрямованої передачі інформації у процесі комунікаційної діяльності. Комунікаційний канал сприяє створенню (кодуванню) передачі і прийому (сприйняттю) інформації [1, с. 17]. Класифікують комунікаційні канали за їх пропускну спроможністю (тобто, обсяг інформації, який може бути переданий через канал за одну комунікативну сесію) і за придатністю для

різних видів повідомлень. За цими ознаками виділяють [2]: фізичну присутність (особистий контакт), інтерактивні канали, особисті статичні канали, знеособлені статичні канали.

На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства комунікаційні процеси здійснюються в комп’ютер-базованому середовищі з використанням комп’ютерних каналів зв’язку, що дозволяє говорити про становлення електронної комунікації. Електронна, або мережева комунікація передбачає інтерактивний обмін інформацією у вигляді тексту, зображення, аудіо- та відеоматеріалів он-лайн. Вагомим фактором поширення електронних комунікацій є інформатизація та глобалізація суспільства. До способів передачі інформації, або каналів електронної комунікації, на думку дослідниці М. П. Побережної, відносимо: 1) інформаційну систему; 2) веб-сайт; 3) віртуальну рекламу та рекламу на телебаченні; 4) канали передачі внутрішньокорпоративної інформації (Інтранет); 5) канали дистанційного зв’язку (е-пошта, конференція даних, звукова та відеоконференція, форуми обговорень, системи дружньої бесіди, електронні системи зустрічей тощо) [8, с. 174–177].

У зв’язку з розвитком сучасних ІКТ та широким застосуванням можливостей глобальної мережі Інтернет, можна виділити різноманітні засоби інтерактивного спілкування в Інтернеті, а саме: телеконференція, чат, е-пошта, форум, Skype, професійні соціальні мережі, професійні форуми тощо. Варто зазначити, що лідерами сучасної комунікації, які розділили популярність зі Skype є Viber, WhatsApp, Telegram, Facebook Messenger, Instagram, Twitter, LinkedIn тощо. Ці програми та професійні соціальні мережі спрощують обмін інформацією, підвищують продуктивність спільної роботи та дозволяють керувати комунікацією як всередині, так і зовні організації.

Сьогодні, великої популярності набирають такі сучасні засоби комунікації, як мобільні додатки, які розширюють свої функціональні

можливості порівняно з комп’ютером. Користувачі застосовують їх для обміну документами, файлами та вирішення різних завдань. Ми погоджуємося з позиціями науковців Т. М. Корпанюк та Я. І. Мулик [3], які поділяють мобільні додатки на клієнтські та мобільні додатки для бізнесу. Популярними типами мобільних додатків для бізнесу є такі:

- 1) додатки для автоматизації процесів (системи автоматизації ресторанів, готелів, торгових центрів);
- 2) додатки для підвищення продуктивності, колаборації та спільної роботи (системи загального доступу до файлів та спільної роботи над ними; внутрішня комунікація, трекери повідомлень, месенджери; е-опитувальники, мобільні версії корпоративних соціальних мереж тощо) [3].

Серед клієнтських мобільних додатків автори [3] виділяють такі:

- 1) додаток як «продовження» он-лайн-сервісів (мобільні вітрини Інтернет-магазинів; додатки для покупки квитків; мобільний банкінг тощо);
- 2) мобільний додаток як програма лояльності (додаток замість картки постійного клієнта) [3].

Для бізнесу застосування новітніх ІКТ (тобто, мобільних додатків) – це необхідність, адже вони допомагають ефективно організувати роботу, налагодити систему комунікації, керувати проектами та завданнями тощо.

Американські дослідники Мелвін Мерфі, Дуглас Кемпбелл та Деніз Ленд [14] пропонують брати до уваги теорію розширення комунікаційних каналів, запропоновану науковцями Джорджем Карлсоном і Робертом Змудом [15]. Вони вважають, що система комунікації в організації пов’язана з використанням кількох каналів, включаючи е-пошту, соціальні мережі, зустрічі та засідання менеджерів з персоналом, конференц-зв’язок. Однією з стратегій, яка гарантує позитивні зміни в цьому напрямку, є збільшення стратегічного узгодження корпоративної інформації та відповідного вибору каналів зв’язку для поширення інформації. Коли керівники та менеджери насичують канали зв’язку

несуттєвою інформацією, це зменшує увагу працівників до комунікацій та каналів, через які надходять повідомлення (рис. 1). В організаціях, які не мають затверджених стандартних процедур для оцінки відповідних комунікаційних каналів, працівники, як правило, вибирають неефективні комунікаційні канали [14, с. 125].

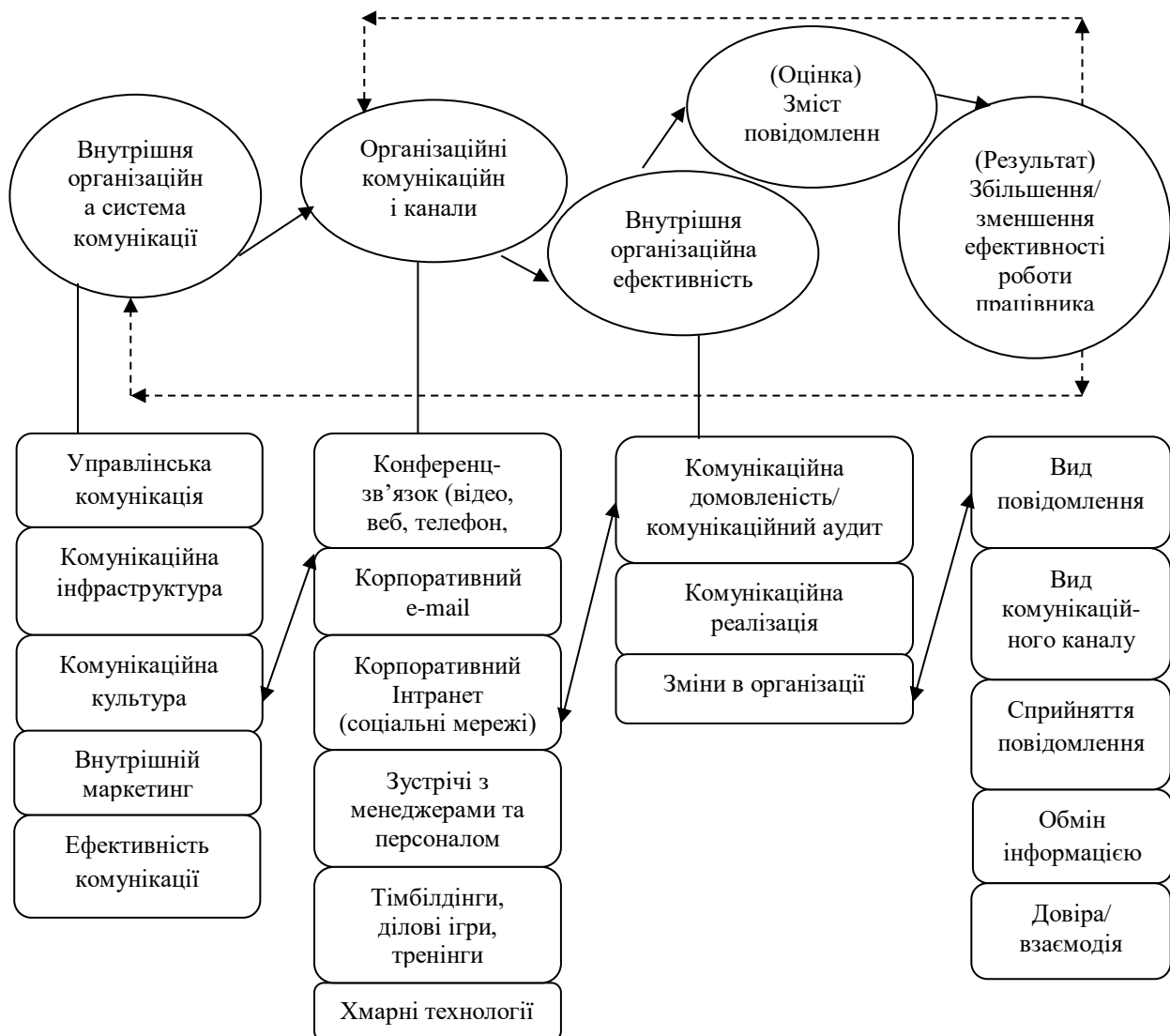


Рис. 1. Графічне представлення теорії розширення комунікаційних каналів

Джерело: авторська розробка на основі аналізу наукової праці [14]

Можемо стверджувати, що теорія розширення комунікаційних каналів представляє собою потенційне пояснення та прогнозування розуміння працівниками ефективності комунікаційних каналів.

Багато організацій застосовує персональні е-засоби зв'язку для того, щоб працівники мали можливість самостійно та ефективно керувати своїм робочим часом. Виникла нова версія віддаленої роботи, яка отримала назву «telecommuting». Люди працюють вдома чи в коворкінгах і періодично надсилають результати своєї роботи замовнику за допомогою засобів комп'ютерного зв'язку. Це допомагає розширювати рамки діючих компаній, відкривати нові підрозділи у різних частинах країни та світу, залучати висококваліфікованих працівників до роботи у компанії.

В українських ІТ-компаніях, крім основного комунікаційного каналу веб-сайту, використовують такі популярні месенджери для обміну інформацією та файлами, як: Slack, HipChat і Kato. Коротко розглянемо їхні функціональні особливості.

Slack інтегрує в свої канали повідомлення з інших додатків для спілкування та роботи (наприклад, D Dropbox, Google Docs, GitHub) і вміє посилати сигнали в ці сервіси напряму з кімнат чату. Це дозволяє користувачам відстежити прогрес у різних проектах за допомогою однієї платформи, зменшити інформаційне перевантаження, яке виникає при необхідності спілкуватися з великою кількістю людей в різних месенджерах та за допомогою е-пошти. Існує веб-версія сервісу, а також додатки для iPhone і Android [5].

HipChat запущений у 2010 році і куплений компанією «Atlassian» в березні 2012 року. Цей сервіс дозволяє членам команди спілкуватися в кімнатах, які об'єднують кількох співрозмовників, а також в режимі 1:1. У платній версії системи користувачам доступні відеодзвінки, демонстрація екрану і необмежений обсяг збережених даних [5].

Месенджер Kato дозволяє користувачам спілкуватися в декількох кімнатах одночасно (включаючи 1:1) та направляти до кімнати інформаційні потоки з різних джерел за допомогою інтеграцій (наприклад, IFTTT, Hubot, Stripe або UberConference) [5].

Так, месенджер Slack активно використовує у своїй діяльності сучасна ІТ-компанія «Devlight». Вона займається розвитком бізнесу в Україні за допомогою цифрових технологій від дизайн-спринтів, розробки мобільних додатків для Android та iOS, до повного циклу розробки Back-End, Front-End, Design, QA. Головною метою фірми є допомога партнерам у проведенні повноцінної цифрової трансформації бізнесу. Все розпочинається з аналітики ринку, дослідження сфери діяльності партнера, далі відбувається створення концепту продукту, потім його розробка та надаються консультації з позиціонування та розвитку продукту в майбутньому. У своїй діяльності компанія використовує такі комунікаційні канали, крім месенджера Slack, як веб-сайт (www.devlight.io), сторінку в соціальній мережі Facebook (<https://www.facebook.com/devlightagency>), е-пошту та Telegram для обміну інформацією між працівниками.

Варто звернути увагу на те, що канали в Telegram та чати у Viber – це не менш потужна комунікаційна та маркетингова платформа, завдяки якій компанії мають можливість публікувати свої новини, проводити опитування, голосування тощо. Telegram надає можливості просування, спілкування з командою та клієнтами, створення публічних та приватних інформаційних каналів. Перевагою застосування цієї програми є те, що у групових чатах можна пересилати повідомлення, робити згадки та встановлювати хештеги. Соціальна мережа Facebook дозволяє розміщувати інформацію та публікувати новини про компанію не тільки на її офіційному веб-сайті, але й на веб-сторінці. Таким чином, можна досягнути кращого контакту зі ще більшою аудиторією. Професійна мережа LinkedIn ефективно використовується в ІТ-сфері, оскільки дає можливість здійснювати пошук та встановлювати ділові зв'язки. Twitter допомагає створювати так звані мікроблоги, надсилати короткі миттєві повідомлення тощо.

Для порівняння, розглянемо застосування сучасних комунікаційних каналів в діяльності організацій ІТ-сфери закордоном. Для прикладу проаналізуємо систему комунікації глобальної компанії «Google», яка вважається найкращим роботодавцем у світі. Основна ціль компанії – упорядкувати всю інформацію у світі та зробити її доступною кожному. У цей час великим попитом в компанії користуються корпоративні портали – Інтранет (закриті соціальні мережі, які значно спрощують процес комунікації). Компанія «Google» ретельно відбирає канали передачі інформації і шифрує їх. Крім цього, ІТ-компанія «Google» володіє власним Інтранетом, який називається «Moma». Найбільш корисним аспектом «Moma» є список, який містить посаду, адресу електронної пошти, прізвище та ім'я, фотографію та іншу інформацію про кожного працівника компанії. Ім'я співробітника пов'язане зі списком його квартальних цілей, тому працівники чітко розуміють поставлені завдання. Співробітники «Google» можуть знайти будь-яку потрібну їм інформацію про компанію в Інтранеті, від статусу продуктів, що розробляються, до кількості працівників у будь-який момент історії компанії.

Міжнародна ІТ-компанія «Provectus» вирізняється своєю системою комунікації. Слід зазначити, що компанія інвестує в людей, тому, підбираючи персонал, керівництво дотримується принципу «SWAN» (розумні, працьовиті, амбіційні та приємні) у всіх своїх кандидатах. Коли працівники приступають до роботи, «Provectus» продовжує інвестувати в професійний розвиток за допомогою власних навчальних програм та досвіду із зовнішнього середовища організації. Зокрема, у компанії функціонує клуб «Суспільних навичок», щоб допомогти членам команди розвивати міжкультурні зв'язки один з одним, навчитися вести переговори, керувати часом та розвивати інші навички, корисні у роботі.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, система комунікації у будь-якій організації передбачає ефективне застосування та

вдале поєднання як традиційних, так і новітніх комунікаційних каналів, за допомогою яких інформація передається від комуніканта до реципієнта. З поширеним використанням сучасних інформаційних технологій великої популярності, крім веб-сайту та веб-сторінки у соціальних мережах, набули сучасні комунікаційні канали Facebook Messenger, Viber, Telegram, WhatsApp, Instagram, Twitter, LinkedIn та ін. Зокрема, в ІТ-компаніях застосовують професійні додатки Kato, Slack та HipChat, а за кордоном – власний Інтранет та особистісні комунікації. Подальших досліджень потребує ґрунтовне вивчення сучасних видів професійних комунікаційних каналів та їх практичної реалізації для задоволення інформаційних потреб ІТ-організацій.

Література

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: моногр. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
2. Жернакова М. Б. Деловые коммуникации: теория и практика: учебник [Электронный ресурс] / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева; Гос. ун-т управления. – М.: Юрайт, 2014. – 370 с. – Режим доступа: http://stud.com.ua/50362/menedzhment/dilovi_komunikatsiyi.
3. Корпанюк Т. М. Застосування мобільних додатків в бізнесі та їх облік [Електронний ресурс] / Т. М. Корпанюк, Я. І. Мулик // Ефективна економіка. – 2018. – № 3. – Режим доступа: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2018/59.pdf.
4. Косенко Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / Ю. Косенко. – Суми: Сумський державний університет, 2011. – 187 с.
5. Кращий месенджер для командної роботи: порівнюємо Hipchat, Slack і Kato [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://it->

ua.info/news/2014/12/19/kraschiy-mesendzher-dlya-komandno-roboti-porvnyumo-hipchat-slack-kato.html.

6. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. / О. Б. Моргулець. – К.: Центр учб. л-ри, 2012. – 384 с.
7. Осовська Г. В. Основи менеджменту: навч. посіб. / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К.: Кондор, 2006. – 664 с.
8. Побережна М. П. Електронні канали комунікації: функції, переваги, недоліки / М. П. Побережна // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2012. – № 44. – С. 174–180.
9. Різун В. В. Теорія масової комунікації: навч. підруч. / В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008. – 260 с.
10. Рульєв В. А. Менеджмент: навч. посіб. / В. А. Рульєв, С. О. Гуткевич. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
11. Словник Вебстера, Webster’s New International Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.merriam-webster.com>.
12. Соломко А. С. Особливості сучасного управлінського мислення. Інформація та комунікація в менеджменті / А. С. Соломко // Інтелект ХХІ. – 2015. – № 3. – С. 86-92.
13. Щєбликіна І. Основи менеджменту / І. Щєбликіна, Д. Грибова. – Мелітополь: Мелітопольська міська друкарня, 2015. – 480 с.
14. Carlson J. R. Channel expansion theory and the experiential nature of media richness perceptions / J. R. Carlson, R. W. Zmud // Academy of Management Journal. – 1999. – № 42. – P. 153–170.
15. Murphy Melvin. Internal Strategies for Assessing Organizational Communication Channel Effectiveness / Melvin E. Murphy, Douglas G. Campbell, Denise L. Land // International Journal of Applied Management and Technology. – 2017. – Vol. 16 (1). – P. 123–132.