2. Качан Є., Кошіль А. Проблеми забезпечення кадрами національної економіки в умовах трансформаційних процесів. *Регіональні аспекти розвитку і розміщення продуктивних сил України* : зб. наук. праць каф. управління трудовими ресурсами і розміщення продуктивних сил Терноп. нац. екон. ун-ту. 2007. № 12. С. 63-67.

3. Марцінковська О., Слівінська Н. Об'єктивна необхідність та значення ділової оцінки персоналу. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України.* 2008. Вип. 13. С. 109-112.

Андрій ПЛЕСЮК
здобувач освітньо-професійної програми
«Менеджмент», ЗУНУ
Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ЗУНУ Світлана КРАМАРЧУК

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАТИВНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ

Ефективне функціонування організацій будь-яких форм власності безпосередньо залежить від зв’язків між окремими внутрішніми елементами, прямого і зворотного впливу ситуаційних факторів зовнішнього середовища, реалізації функцій управління. Це все не можливе без відповідних інформаційно-комунікативних потоків.

В сучасних організаціях комунікація вже давно перестала бути просто способом передавання інформації, а стала одним із важливих інструментів управління діловими відносинами. Інформація та комунікації разом із засобами забезпечення їх ефективного використання, тобто каналами, становлять інфраструктуру управління організаціями.

Комунікації у менеджменті відносять до процесів управління, оскільки вони пов’язують основні функції: організацію, планування, мотивацію та контроль. Формально, комунікаційний процес визначають як процес обміну інформацією між співробітниками організації та суб’єктами зовнішнього середовища з метою розв’язання певних проблем. Розглядаючи комунікаційний обмін інформацією в організації, в основному мають на увазі людей, які безпосередньо спілкуються особисто або в групі, а також їх телефонні розмови, листування та звітування. І хоча дійсно на ці випадки припадає основна частина комунікацій, при проведенні аналізу досить складного комунікативного процесу не можна обмежуватись лише ними. Треба враховувати, що комунікації передбачають не лише обмін інформацією, а й формування різних форм зв’язків

між людьми, заснованих різних видах стосунках, які спрямовані на досягнення цілей підприємства. Вони являють собою особливу форму впливу на співробітників підприємства та суб'єктів зовнішнього середовища [1].

Комунікаціями пронизана вся система управління організацією. Метою комунікації є розуміння, осмислення переданої інформації, адже сам по собі факт обміну інформацією не забезпечує ефективності спілкування людей. Ступінь організації та ефективність комунікаційного процесу в організації багато в чому залежить від досвіду керівника, теоретичних знань і здібностей, які можуть допомогти йому знайти більш ефективні методи комунікації, оволодіти вмінням раціонально організувати процес передавання, засвоєння та використання інформації. Якщо усунути комунікацію, то організація та управління перестають бути керованими, їх діяльність набуває хаотичного, нескоординованого характеру.

Комплексний підхід до використання всіх комунікаційних ресурсів організації вимагає єдиної комунікаційної стратегії. У цьому випадку комунікації не обмежуються функцією одного з елементів системи управління, а набувають системоутворюючих можливостей. Формування комунікаційної стратегії організації можливо на основі принципу узгодженості, оскільки вся система комунікацій, включаючи цілі, дії, зовнішні оцінки, методи тощо, має цю властивість.

Стратегічне управління комунікативною діяльністю організації передбачає розробку стратегії досягнення її комунікаційних цілей з урахуванням вимог ринку та його можливостей.

Комунікаційна стратегія – це частина комунікативної взаємодії чи комунікативної поведінки, яка дозволяє інтегрувати цілі, завдання та стратегію організації з набором конкретних дій у комунікативній сфері. По суті, стратегія відповідає на питання: що і як зробити для досягнення ділових цілей організації [2].

Комунікативні стратегії надають можливість вирішити одразу всі взаємопов'язані проблеми: створення системи комунікаційних повідомлень з використанням різних комунікаційних засобів, які б не суперечили один одному та були б скоординовані між собою; досягнення максимізації ефективності комунікативних стратегій через пошук оптимальних комбінацій основних комунікаційних засобів.

Із функціонального погляду сучасні комунікативні стратегії в поділяються на:

1) головні стратегії (семантичні, когнітивні), що є найзначущішими щодо ієрархії мотивів і цілей та пов'язані переважно з впливом на адресата (стратегія дискредитації, стратегія підпорядкування тощо);

2) допоміжні стратегії, що сприяють ефективній організації діалогової взаємодії, оптимальному впливу на адресата. Серед них розрізняють:

– прагматичні стратегії (комунікативно-ситуаційні), зумовлені такими компонентами комунікативної ситуації, як автор, адресат, канал зв‘язку, комунікативний контекст (стратегія саморепрезентації, стратегія емоційного налаштування, статусні та рольові стратегії та ін.);

– діалогові стратегії (конверсаційні), які використовують відповідно до завдань контролю за організацією діалогу (наприклад, стратегія контролю над темою, стратегія контролю над ініціативою);

– риторичні стратегії, у межах яких застосовують різноманітні прийоми ораторського мистецтва та риторичні техніки ефективного впливу на адресата (стратегія привертання уваги, стратегія драматизації) [3].

На сучасному етапі комунікативні технології відіграють дуже важливу роль в забезпеченні ефективності управління комунікаціями в організації. Першочерговими з них є раціоналізація організаційних зв’язків та приведення структури апарату управління у відповідність з реальними умовами функціонування. Побудова ефективної системи управління комунікативною діяльністю організації потребує ретельного регулювання та організації всіх інформаційних потоків. Комунікація та інформація мають надзвичайно важливе значення в житті суспільства. Добре спланована та ефективно реалізована система комунікацій надає організаціям можливості результативного обміну інформацією між менеджерами й працівниками для досягнення головної мети організації. Тому ефективні комунікації на всіх рівнях – із споживачем, з постачальником, з власним співробітником − це такий же ресурс бізнесу, як фінанси або час. Ефективна робота системи комунікацій потребує належних вхідних ресурсів, технологій та управлінських взаємодій. Від цього істотно залежить ефективність менеджменту організації та результат її діяльності.

Список використаних джерел:

1. Кириченко С. О., Цвях П. В. Проблеми формування комунікацій на підприємстві. *Агросвіт*. 2020. № 12. С. 79-86.

2. Бабчинська О. І. Комунікаційний процес в управлінні:основні положення. *Ефективна економіка*. 2018. № 9. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6539

3. Тищенко С.І., Калюжна О.В. Сучасні комунікативні стратегії в державному управлінні. Екологічні та соціальні аспекти розвитку економіки в умовах євроінтеграції : тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції 15-17 травня 2019 р. / за ред. І.О. Мельник та ін. Миколаїв : МНАУ, 2019. С. 375-378.