

Зоряна ПУШКАР

к. г. н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу
Західноукраїнського національного університету

Богдан ПУШКАР

к. г. н, доцент, доцент кафедри географії України і туризму,
Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка

ВПЛИВ КОМУНІКАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ НА ОРГАНІЗАЦІЙНУ КУЛЬТУРУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Комунікативна стратегія - це план або набір заходів, спрямованих на досягнення конкретних цілей у взаємодії з аудиторією чи співрозмовниками. Стратегія визначає, як буде вести себе особа чи організація у комунікаційних процесах, включаючи вибір мови, каналів комунікації та стратегій впливу на аудиторію. Комунікативна стратегія може бути розроблена для досягнення різних цілей, таких як підвищення усвідомлення бренду, залучення нових клієнтів, підтримка стосунків з існуючими клієнтами, вирішення конфліктів або сприяння змінам в організації. Існує багато різних комунікаційних стратегій, які можуть бути використані в різних ситуаціях та для досягнення різних цілей, зокрема, найбільш поширеними є:

Інформативна стратегія, що передбачає передачу інформації про продукт, послугу, ідею або подію без впливу на думки чи переконання аудиторії.

Переконлива стратегія спрямована на переконання аудиторії в правильності певної точки зору або дії. Вона може використовувати аргументацію, логіку, статистику.

Експертна стратегія орієнтована на показ експертності в певній галузі (виступи відомих фахівців, використання авторитетних джерел чи посилання на наукові дослідження).

Впливова стратегія має на меті викликати певні емоції або реакції в аудиторії з метою зміни їхньої поведінки чи думок.

Стратегія взаємодії та співпраці є спрямована на створення партнерських відносин та співпрацю з аудиторією або іншими зацікавленими сторонами.

Стратегія відкритої та прозорої комунікації передбачає чесне

та відкрите спілкування з аудиторією без приховування важливої інформації.

Стратегія кризового управління спрямована на управління та мінімізацію наслідків негативних ситуацій чи криз, шляхом ефективної комунікації зі зацікавленими сторонами.

Стратегія залучення орієнтована на залучення аудиторії до участі в певних подіях, акціях або проектах. Всі стратегії можуть використовуватися окремо або комбінуватися залежно від конкретної ситуації та цілей комунікації в організації із врахуванням організаційної культури.

На думку авторів [1]: «Для сучасного розвитку організацій, підприємств важливим є сильна корпоративна культура, яка по суті, є найважливішим інструментом, необхідним для роботи менеджерів та організації персоналу. Вона буде формувати взаємовідносини між персоналом, а також стосунки керівників та підлеглих, визначати ідеали, до яких повинні прагнути обидві сторони. На принципах корпоративної культури базуються норми і загальноприйняті правила поведінки, завдяки яким кожна організація має свою неповторну «родзинку», яка формує сприятливий соціально-психологічний клімат, задає ритму та заряджає енергією колектив, дає можливість конкурувати з іншими компаніями і досягати успіху» [1].

Організаційна культура - це сукупність цінностей, переконань, норм і практик, що визначають спосіб діяльності та взаємодії в межах організації. Комунікаційна стратегія має значний вплив на організаційну культуру, вона може впливати через:

Зміну цінностей та переконань. Комунікаційна стратегія може активно просувати певні цінності та переконання в середині організації. Наприклад, якщо стратегія спрямована на відкриту та прозору комунікацію, це може підкреслити важливість взаємоповаги та довіри в організації.

Створення сприятливого середовища для спілкування. Якщо комунікаційна стратегія підтримує відкрите спілкування, це може сприяти розвитку відкритого та демократичного середовища в організації, де співробітники відчують себе комфортно для висловлення своїх думок та ідей. Оскільки ефективна комунікаційна стратегія може сприяти підвищенню зв'язків та співпраці між співробітниками, що сприяє формуванню позитивної організаційної культури.

Збільшення рівня залученості співробітників, коли вони відчують, що їхні думки та переконання важливі для організації, це може підвищити їх відчуття приналежності до колективу. Комунікаційна стратегія може сприяти впровадженню ефективних систем комунікації в організації, що полегшує обмін інформацією та сприяє вирішенню проблем.

Але існує ряд факторів, які можуть ускладнювати вплив комунікаційної стратегії на організаційну культуру, а саме:

- ✓ якщо вищі керівники не підтримують впровадження нової комунікаційної стратегії, то це може створити перешкоди для її успішної реалізації та впливу на культуру організації;

- ✓ несприятливе середовище для спілкування, коли в організації існують структурні або культурні бар'єри для вільного обміну інформацією та відкритого спілкування;

- ✓ конфлікти або недружелюбне ставлення між співробітниками можуть перешкоджати ефективному впливу комунікаційної стратегії на культуру організації;

- ✓ якщо комунікаційна стратегія не враховує потреби та очікування співробітників, вона може бути неефективною та не мати великого впливу на організаційну культуру;

- ✓ відсутність чіткого плану впровадження в організації комунікаційної стратегії може призвести до нерозуміння та несправедливості, що вплине на її ефективність;

- ✓ якщо організація має різноманітну культурну складову, неспівмірність між цінностями та переконаннями, може ускладнити вплив комунікаційної стратегії на культуру.

Якщо будуть враховані ці фактори та вжитті відповідні заходи для їх подолання, це допоможе зробити комунікаційну стратегію більш ефективною і впливати на організаційну культуру.

Комунікативні стратегії діють шляхом встановлення певних способів спілкування та взаємодії з аудиторією, визначають, яку інформацію потрібно передати та яким чином це краще зробити для досягнення мети. Вони враховують, через які канали (наприклад, електронна пошта, соціальні мережі, преса) буде ефективніше передавати повідомлення цільовій аудиторії. Стратегії аналізують, хто є цільовою аудиторією та які є її потреби, щоб відповідно адаптувати способи комунікації, допомагають створити та підтримувати взаємодію між організацією та аудиторією, що

сприяє побудові відносин та лояльності. Після виконання стратегій важливо оцінити їх ефективність та, при необхідності, коригувати для досягнення кращих результатів.

Підсумовуючи вищезазначене, зауважимо, що комунікаційна стратегія може мати великий вплив на формування та розвиток організаційної культури, сприяючи позитивним змінам у способах спілкування та взаємодії в організації.

На нашу думку, покращити вплив комунікаційної стратегії на організаційну культуру можливо такими чином: встановлення чітких цілей комунікації; створення відкритої та прозорої комунікації; залучення співробітників до комунікації; посилення лідерської комунікації; створення позитивної корпоративної культури; навчання комунікаційним навичкам; стимулювання конструктивного обговорення та відкритості до змін. Ці напрямки можна використовувати окремо або комбінувати для покращення впливу комунікаційної стратегії на організаційну культуру.

Список використаних джерел

1. Пушкар З. М., Панчук Д. В. Корпоративна культура в контексті діяльності організації. *Науковий журнал «Молодий вчений»*. №10 (50), жовтень, 2017. С.15-19. URL. https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_citation&hl=uk&user=5SZwwm4AAAAJ&citation_for_view=5SZwwm4AAAAJ:4DMP91E08xMC