

Жучковська М.М

студентка;

Лозовський О.М

кандидат економічних наук, доцент,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Комунікації стали невід'ємною частиною в управлінні організацією. Адже недбало налагоджені комунікації сприяють затягуванню часу на прийняття рішень, породжують виникнення непорозумінь. Організація не зможе ефективно реагувати на внутрішні та зовнішні зміни, що призведе до неефективного управління.

Для того щоб в організації можна було створити ефективну систему комунікації потрібно проаналізувати поточний стан комунікацій на підприємстві та визначити шляхи подолання проблеми.

Проблемою дослідження ефективної системи комунікацій та проблемою комунікаційного менеджменту займаються багато дослідників з різних країн. Питанням розвитку комунікацій та сучасними їх проблемами присвячено роботи таких вчених як: А. Гідденса, Н. Лумана, Г. Лассвела, В. Біблера, Г. Почепцова, М. Кошалюк, В. Кузьменко, Г. Дж. Болт, Х. Маккей, Дж. Р. Еванс, І.В. Алешина, Г.Л. Багієв, Є.П. Голубков, О.М. Голубкова, І.В. Крилов, Н.Д. Еріашвілі.

Роль комунікаційного менеджменту, насамперед, полягає в тому що здійснюється інформаційне забезпечення всіх видів менеджменту, оскільки важливим ресурсом виступає інформація, а основною технологією-комунікація, без якої процес управління стає неможливим.

Комунікація виступає процесом взаємодії, під час якого відбувається передача чи обмін інформацією. Слід зазначити, що зарубіжні дослідники (Г. Гебнер, Д. Берло та інші) досить часто використовують термін «комунікація», а не «спілкування». Вони розглядають комунікацію як життя людини серед інших людей і при цьому зазначають, що «поза комунікацією людина свідомо не існує». Комунікація вважатиметься успішною, якщо вона пройде повний цикл. Відправник передає інформацію адресату, останній має повністю зрозуміти зміст. Успішний комунікаційний процес залежить від побудови інформаційного повідомлення відправником (яка повинна бути послідовною): привернення уваги – зацікавлення – перехід до основної частини – уточнення деталей – обговорення – висновок [1, с. 240].

Комунікація менеджера переважно являє собою взаємодію з персоналом організації з метою:

- 1) одержання або повідомлення інформації необхідної для якісного виконання функціональних і посадових обов'язків;
- 2) задоволення власної потреби людини в спілкуванні;

3) власне впливу, тобто керування поведінкою людей, їх відношенням до задач та інше.

Внутрішні комунікації за своєю спрямованістю поділятимуться на види:

1) горизонтальні (комунікації між рівними за посадою членами колективу або між рівними за ієрархією керівниками різних підрозділів);

2) вертикальні (між керівниками та підлеглими).

Для того щоб була налагоджена взаємодія всіх видів комунікацій, потрібно застосовувати такий комплекс заходів як система внутрішніх комунікацій. Адже кожен з цих видів не є ідеальним. Як показують дослідження, ефективність горизонтальних комунікаційних зв'язків наближається до 90%, в той час як вертикальних – тільки 20% (тобто лише п'ята частина інформації). Тобто, можна зробити висновок що до управління організації надходить лише мала частка інформації від співробітників [3, с. 274].

Серед цілей системи внутрішніх комунікацій можна виділити наступні:

- організація ефективного керівництва на всіх рівнях;
- організація взаємозв'язку між лінійними та функціональними підрозділами;
- організація ефективної роботи в колективах підрозділів, службах.

Ідеальною моделлю комунікацій в організації є така, коли всі рішення керівництва доводяться до працівників, а самі рішення базуються на інформації, що надходить з різних структурних підрозділів за умови налагоджених зв'язків. Разом зі створенням системи налагоджених зв'язків організація отримує суттєве зменшення плинності кадрів та корпоративні цінності. Це важливо для організацій які мають територіально віддалені підрозділи.

Часто сучасні керівники нехтують налагодженням ефективних комунікаційних потоків всередині організації через зайнятість, власне негативне ставлення до комунікаційної взаємодії, що негативно позначається на іміджі керівника та процесі керованості. Деякі зарубіжні топ-менеджери вважають комунікаційну взаємодію однією з складних в організації, а неефективні комунікації - основною перешкодою для успіху компанії. Для розроблення комунікаційної стратегії службі персоналу потрібно вивчити управлінське середовище, організаційну структуру та проаналізувати вже існуючі комунікації. Крім того потрібно провести внутрішнє соціологічне дослідження серед співробітників щодо бажаних форм комунікацій [2, с. 208].

Найбільш поширеною формою комунікацій всередині організацією є загальні збори. Для того щоб служба персоналу змогла швидко реагувати на скарги або пропозиції, потрібно постійно аналізувати стан працівників (проводити анкетування), звертати увагу на ставлення до політики керівництва. Сучасні служби персоналу успішно використовують наступні форми комунікацій всередині організації: інформаційні стенди, офіційні сайти організації з детальною (вичерпною) інформацією, «гарячі лінії» і т.д. Особливо ефективним інструментом з точки зору комунікації вважається регулярне проведення прес-конференцій з першими особами організації у форматі питання-відповідь, відео трансляції важливих зборів.

Дослідження показали що ефективне функціонування та управління організації неможливе без налагодження процесу комунікацій. Вони створюють умови для розкриття ділових та професійних якостей працівників, сприяють створенню творчого потенціалу. Ефективна система комунікацій являє собою синтез теорії організації, структури управління, теорії комунікацій. Комунікації здійснюються в повсякденній роботі при спілкуванні з підлеглими керівниками, на зборах, при читанні документів, розмовах по телефону, складанні документів. Комунікаціями визнаний весь процес виробництва і управління.

Список використаних джерел:

1. Адаир Дж. Эффективная коммуникация / Дж. Адаир. – М. : Изд-во Эксмо, 2014. – 240 с.
2. Коновченко С.В. Общество – средства массовой информации – власть / С.В. Коновченко. – Ростов на Дону : СКАГС, 2016. – 208 с.
3. Николаева Ж.В. Основы теории коммуникации: [Учебнометодическое пособие] / Ж.В. Николаева – Улан-Удэ : ВСГТУ, 2015. – 274 с.
4. Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф.Г. Хедоури; пер. с англ. – М., 2013.
5. Спивак В.А. Современные бизнес-коммуникации / В.А. Спивак. – СПб.: Питер, 2015. – 448 с.

Зеліско І.М.

*доктор економічних наук, професор,
академік Академії економічних наук України;*

Ху Сун Цзе

*аспірант,
Державний університет телекомунікацій*

ІННОВАЦІЙНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сфера телекомунікацій має стратегічне значення у системі формування конкурентоспроможних засад розвитку галузей та сфер національної економіки. Розвиток сучасних телекомунікаційних підприємств відбувається в трансформаційних соціально-економічних умовах функціонування національної економіки та під впливом процесів посилення конкуренції. Сьогодення українського ринку послуг зв'язку та інформатизації характеризується значною динамічністю, потребує постійного швидкого реагування та корегування методів управління, прийняття відповідних стратегічних рішень.

Інноваційний розвиток та інноваційний потенціал підприємств – важлива складова формування їх конкурентоспроможності. Тому, за умов поглиблення